

Л.Г. Арешидзе М.И. Крупянко И.М. Крупянко

НЕСКУЧНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ

ПО ЛАБИРИНТАМ
ЯПОНСКОЙ
ПОВСЕДНЕВНОСТИ

日本人の
日常生活



Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
ИНСТИТУТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ РАН

Л.Г. Арешидзе М.И. Крупянко И.М. Крупянко

НЕСКУЧНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ

ПО ЛАБИРИНТАМ
ЯПОНСКОЙ
ПОВСЕДНЕВНОСТИ

日本人の日常生活



МОСКВА
«Международные отношения»

УДК 908(520)+39(=521)
ББК 63.3(5Япо)6-7+63.521(=754.2)
А80

*Утверждено к печати Редакционно-издательским советом
Института востоковедения РАН*

Ответственный редактор
А. В. Владимирская

Издательство «Международные отношения»
выражает свою благодарность японскому институту
«Okayama Institute of Languages» (OIL)
за содействие в издании этой книги

Каллиграфия *Акинори Сода*
Художница *А.И. Буренкова*

А80 Арешидзе Л. Г., Крупянко М. И., Крупянко И. М.

Нескучный путеводитель по лабиринтам японской повседневности /
Л. Г. Арешидзе, М. И. Крупянко, И. М. Крупянко. — (Серия «Удивительная
Япония»). — М.: Международные отношения, 2020. — 368 с.; ил.

ISBN 978-5-7133-1665-5

В своей очередной публикации об особенностях организации жизни в Японии авторы продолжают знакомить российского читателя со своеобразием японского менталитета, поведенческой культурой, различными аспектами истории, традиций и быта японцев, но на сей раз делают это через призму их повседневности. В книге содержится любопытная информация о стиле жизни японцев, об их жилище, о национальных костюмах, праздниках, японских банях и многом другом. Авторы разбирают поведение японцев в семье, дома и на отдыхе, анализируют культуру секса в Японии. Читателю предлагается обратить внимание на бережное отношение японцев к природе, что особенно актуально для многих промышленно развитых стран мира, включая и Россию. Японцы смотрят на привычные нам вещи другими глазами. В какой еще стране можно было бы, к примеру, возвести кота в ранг «государственного министра», да еще и приставить к нему обслуживающий персонал? Такое возможно только в Японии!

Авторы надеются, что читателю будет интересно и полезно познакомиться с обыденной жизненной философией японцев, с тем, как они понимают ее смысл, а также узнать, как им удается прожить жизнь достойно и счастливо.

УДК 908(520)+39(=521)
ББК 63.3(5Япо)6-7+63.521(=754.2)

ISBN 978-5-7133-1665-5

© Арешидзе Л. Г., Крупянко М. И.,
Крупянко И. М., 2020
© Подготовка к изданию и оформление.
ООО «Издательство «Международные
отношения»», 2020

ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ



Дорогие российские читатели!

Я рада представить вам новую книгу из серии «Удивительная Япония», на этот раз приоткрывающую дверь в повседневную жизнь Японии. Авторы публикации взяли на себя труд познакомить россиян с различными аспектами истории, культуры и быта современных японцев через призму повседневности, внося тем самым вклад в процесс сближения народов наших стран.

Книга содержит любопытную информацию об особенностях поведения японцев в обыденной жизни, о жилище, национальных костюмах, о том, как нам, японцам, удастся прожить жизнь достойно и счастливо, как мы ведем себя в семье, дома

и на отдыхе, наконец, о культуре секса в Японии. Следует выделить и главы, посвященные бережному отношению японцев к природе, что особенно актуально для многих промышленно развитых стран в современном мире.

Надеюсь, что российскому читателю будет интересно и небесполезно познакомиться с нашей житейской философией и отношением к жизни, с тем, как мы понимаем ее смысл и проходим все ее этапы.



*Authorized by the Association for the Promotion
of Japanese Language Education, Okayama
Prefectural Governor, and the Ministry of Justice*

*Катаяма Хироко,
директор Института
иностраннных языков
г. Окаямы (Япония)*

ПРЕДИСЛОВИЕ ОТ АВТОРОВ

Появление новой книги мы, авторы, всегда связываем с желанием поделиться с читателями теми аспектами японской действительности, которые не всегда бывают различимы на поверхности событий, не столь широко известны россиянам, но вместе с тем определяют суть нации, ее успехи в разных областях жизни. На этот раз мы постарались проанализировать японскую повседневность, т.е. то, что заполняет каждодневное существование японца, его будни и праздники, жизненную рутину и моменты его максимального психологического напряжения.

Япония — удивительная страна, которую, пожалуй, отличает от многих других стран неистребимое желание всегда удивлять окружающий мир. Сколько бы вы ни посещали эту страну, она всякий раз поражает своими новыми и неожиданными гранями. Одни страны, такие, например, как Великобритания, притягивают к себе стариной и бережным отношением к истории. Другие, и в их числе Япония, которая также умеет хранить и оберегать свои традиции, представляют собой образец необычайно динамичного и креативного сообщества, широко распахивающего свои двери для всех интересующихся его развитием, при этом не переставая удивлять особенностями своей повседневной жизни, о чем мы и рассказываем в нашей книге.

Японцы смотрят на привычные нам вещи другими глазами. В какой стране можно было бы, к примеру, возвести кота в ранг «государственного министра», да еще и приставить к нему слуг? Только в Японии!

Приятного вам чтения! Авторы надеются, что своей работой смогут доставить вам некоторое удовольствие и расширить ваши знания о нашем дальневосточном соседе — Японии.



Лиана Георгиевна АРЕШИДЗЕ

Окончила историческое отделение Института стран Азии и Африки при МГУ им. М.В. Ломоносова и аспирантуру Института востоковедения АН СССР, профессор кафедры истории и культуры Японии ИСАА при МГУ, доктор исторических наук.

В 1991–1996 гг. — доцент Государственного университета Окаяма (Япония). Автор ряда научных монографий по проблемам внутренней и внешней политики Японии, японского национализма, формирования новой системы международных отношений в Восточной Азии в пост-биполярном миропорядке. Соавтор двухтомной «Политической энциклопедии современной Японии» (2018 г.), а также всех публикаций в серии «Удивительная Япония» (2013–2020 гг.).



Михаил Иванович КРУПЯНКО

Окончил МГУ им. М.В. Ломоносова по специальности «Геополитика и международные отношения» и аспирантуру Института востоковедения АН СССР, доктор политических и кандидат экономических наук.

С 1974 г., после стажировки в Токийском государственном университете, работает в Институте востоковедения РАН.

В 1991–1996 гг. — профессор Государственного университета Окаяма (Япония). Автор и соавтор более 25 монографий по проблемам внутренней и внешней политики Японии, японо-русским и японо-китайским отношениям, а также по вопросам региональной безопасности в Восточной Азии. Им изданы такие научные труды, как «Японский национализм. Идеология и политика» (2012 г.), двухтомная «Политическая энциклопедия современной Японии» (2018 г.), все публикации в серии «Удивительная Япония» (2013–2020 гг.).



Иван Михайлович КРУПЯНКО

Получил среднее образование в Японии, владеет японским языком на уровне носителя языка. В 2005 г. окончил с отличием Институт стран Азии и Африки при МГУ им. М.В. Ломоносова, а в 2008 г. — аспирантуру Института востоковедения РАН, кандидат исторических наук.

Автор и соавтор ряда научных монографий, в том числе «Эволюция миротворческой деятельности ООН после холодной войны» (2006 г.), двухтомной «Политической энциклопедии современной Японии» (2018 г.), всех публикаций в серии «Удивительная Япония» (2013–2020 гг.).



Анна Ильинична БУРЕНКОВА

Окончила Московский государственный университет по специальности «художник-живописец». Бронзовый призер The 9th International Manga award («Вдохновение», 2015), победитель премии Манга Hinode («А что если...», 2015). Получила приз судей от Tetsuo Hara в международном конкурсе Silent Manga Audition («Pie», 2017). Участница выставки «Романга-до: Путь русской манги» в Санкт-Петербурге («Иван-царевич: Свет надежды», 2018). Рисунок отмечен Судзуки Накабой-сан (автор манга «Семь смертных грехов») в 2019 г. на конкурсе от издательства Kodansha. Приз за мастерство на международном конкурсе Silent Manga Audition («The Forest», 2020).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие к русскому изданию	3
Предисловие от авторов	5
Введение	13

Часть первая

СВОЕОБРАЗИЕ ЯПОНСКОГО МЕНТАЛИТЕТА

1.1. Влияние национального менталитета японцев на их повседневное поведение.	22
1.2. Особое чувство восприятия красоты	29
1.3. Удивительная потребность общаться с природой . . .	34
1.4. Правильное понимание своего места в жизни и в обществе	37
1.5. Врожденная вежливость.	44
1.6. Многие японцы испытывают неподдельное желание стать волонтерами	47
1.7. Выполнение общественного долга у японцев превыше всего	50
1.8. Формирование личности в Японии начинается с самого раннего возраста	54
1.9. Особенности формирования основ коллективистского сознания в Японии	60
1.10. Японцы приучены учиться на протяжении всей своей жизни.	64

- 1.11. Японцы предпочитают не отказываться от любой возможности искусственно расширять свою территорию. 68
- 1.12. Японцев с детства приучают быть во всем и всегда точными и дисциплинированными 78
- 1.13. Японцы дорожат местом, где они родились и выросли 81

Часть вторая
ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ ЯПОНЦЕВ

- 2.1. Противоречивое воздействие процесса «интернационализации» на поведение японцев. 92
- 2.2. Поразительная способность японцев улаживать конфликтные ситуации. 96
- 2.3. Строгое соблюдение этических норм в повседневной жизни 99
- 2.4. *Осибори* как очередное японское изобретение, доставляющее человеку приятные ощущения и приносящее ему гигиеническую пользу 102
- 2.5. Потребность японцев обмениваться подарками 104
- 2.6. Необходимость поддерживать гармоничные и доброжелательные межличностные отношения, а также оставаться благосклонно расположенным к животным и неодушевленным предметам 106
- 2.7. Соблюдение норм столового этикета 115
- 2.8. Даосская культура питания — важный компонент здорового образа жизни японцев 117
- 2.9. Неиссякаемая любовь японцев к эпистолярному жанру. 127
- 2.10. Покупатель в Японии — всегда больше, чем покупатель 132

2.11. Особые пристрастия японцев к кошкам	135
2.12. Любовь японцев к водонепроницаемым телефонам	149
2.13. Японские туалеты как образцы культуры нации	151
2.14. Регулярная утренняя зарядка — залог здоровья японцев.	166
2.15. Особая забота японцев о водителях преклонного возраста	170
2.16. Готовность японцев к стихийным бедствиям как часть их повседневной жизни	171
2.17. Громкий плач как средство для снятия стресса	175
2.18. Что и как пьют японцы.	179
2.19. Японцы любят пить кофе и весьма преуспели в создании оригинальных кафетериев.	185
2.20. Японцы в любом возрасте не расстаются с велосипедами	207
2.21. Японцы широко пользуются услугами роботов в повседневной жизни	213
2.22. Японцы активно пользуются в своей повседневной жизни торговыми автоматами . . .	233
2.23. Японцы крайне ответственно подходят к сбору и утилизации бытовых отходов.	236

Часть третья

ЯПОНЦЫ В СЕМЬЕ, ДОМА И НА ОТДЫХЕ

3.1. Отношения между супругами в японской семье . . .	242
3.2. Усыновление детей в современных японских семьях	250
3.3. Национальные особенности воспитания детей в Японии	256

3.4. Особое внимание к организации системы школьного питания в Японии	261
3.5. Необычная для европейцев планировка японского жилища.	265
3.6. Национальная и европейская одежда в повседневной жизни японцев	269
3.7. Города, в которых нет названия улиц, или как японцы находят нужный им адрес.	273
3.8. Водные процедуры — самое любимое занятие у японцев	276
3.9. Японский татуаж	289
3.10. Игорный бизнес и особая любовь японцев к <i>патинко</i>	300
3.11. Как японцы отмечают национальные праздники	312
3.12. Почему японцы так любят американский бейсбол.	316

Часть четвертая

ЯПОНСКАЯ КУЛЬТУРА СЕКСА

4.1. Традиционный отдых с гейшами.	322
4.2. Трансвестизм и терпимое отношение японцев к людям с нетрадиционной ориентацией — важная составная часть сексуальной культуры японцев.	351
Эпилог	366

О нравственных качествах нации нужно судить не по отдельным усилиям ее граждан, а по их повседневной жизни.

*Блез Паскаль. Мысли о религии
и других предметах.*

ВВЕДЕНИЕ

Под повседневностью мы понимаем человеческую жизнь, рассматриваемую с точки зрения тех устойчивых функций и ценностей, которые постоянно заполняют существование любого человека и неизменно воспроизводятся в форме межличностных отношений и системы повседневных забот человека. В центре внимания исследователей повседневности, как правило, оказывается анализ самых обычных форм жизненной практики людей изучаемой страны, будничность их бытия.

Особенность японской повседневности, в первую очередь, определяется своеобразием поведенческой культуры нации, т.е. тем, что японцы делают в жизни как бы автоматически, даже не утруждая себя вопросом, а почему они это делают именно так, а не иначе. Неудивительно поэтому, что у наблюдателей японской повседневности не может не возникать множества недоуменных, впрочем резонных, вопросов.

Например, почему японским школьницам запрещено носить колготки под юбкой и даже зимой им приходится ходить,

показывая свои синеватые от холода ноги в коротких чулочках и туфельках? Или почему в любое время года школьникам решается надевать только легкий форменный пиджак, а ничего поверх надеть нельзя, так как это выходит за рамки школьных правил? Кстати, под запретом находится также ношение шарфов, перчаток и шапок, а длина юбок у девочек определяется их возрастом: чем старше школьница, тем короче юбка. И наоборот, у первоклашек юбки обычно бывают ниже колен.

Почему, например, японцы всякий раз готовы кланяться вам с завидной частотой и почтительностью, какую трудно встретить при общении с представителями народов других стран, и почему в Японии в гостях нельзя наливать себе напиток, а необходимо сначала наполнить бокал своему соседу по столу, а потом уже ваш визави наполнит бокал вам? И тому подобные «почему», взятые из самой заурядной повседневной жизни японцев.

Ответы на эти и многие другие аналогичные вопросы следует искать в особенностях развития японской цивилизации, характере и менталитете японцев, на процесс формирования которых решающее влияние оказывали такие факторы, как окружающий мир, философия и практика минимализма, а главное — особые методы воспитания личности.

На протяжении долгой истории японцы доказали, что умеют сохранять свою национальную самобытность, верность устоявшимся традициям, в том числе и в быту. Они никогда не были заинтересованы в том, чтобы выйти за границы своего архипелага, и даже не прилагали усилий для модернизации своих судов, не делая их пригодными для долгих морских переходов. Вся философия адаптации японцев к объективно сложившимся географическим условиям выживания нации, в первую очередь, сводилась к освоению интенсивных способов ведения хозяйства у себя на островах, в то время как, например, развитие скотоводческого комплекса в Великобритании буквально «выталкивало» часть британцев

во внешний мир. Японцы же, напротив, постоянно расширяя посевы заливного риса, совершенствуя агротехнику и способы рыболовства, уже с середины VII века успешно осваивали интенсивный путь развития.

Показательным в этом отношении было и то, что замкнутости геополитического существования японцев не мешала даже исключительная бедность архипелага минеральными ресурсами (собственно говоря, кроме песка, глины, камня, дерева, воды и воздуха Япония и по сей день не располагает сколько-нибудь экономически значимыми природными пищевыми ресурсами).

Более того, японская повседневность формировалась в условиях, когда на протяжении почти всей своей истории страна осознавала себя периферией цивилизованного мира и не претендовала на роль культурного, политического или военного центра в Восточной Азии, не совершала каких-либо серьезных попыток повлиять на события на континенте. Длительное отсутствие у японцев потребности в коммуникациях с внешним миром, безусловно, наложило свой отпечаток на формирование их своеобразной поведенческой культуры. Но даже тогда, когда такой обмен начал активно развиваться после революции Мэйдзи 1868 года, Япония всегда выступала как реципиент технологий и культуры развитой Европы, а не как донор. При этом иностранные заимствования Японии осуществляла на протяжении своей истории совершенно добровольно, а значит, имела возможность выбора — перенимать иностранное без разбора или оставлять у себя только те технологии, идеи и институты, которые не противоречили уже сложившимся на японской почве устоям и традициям.

Долгая закрытость Японии от контактов с внешним миром не могла не привести к консервации особенностей национального менталитета и стиля повседневной жизни, к выработке стойкого убеждения в некоей «особости» Японии, ее культуры и исторического пути. Такая завышенная само-

оценка японцев, в плену которой находилось самосознание не одного поколения, значительно препятствовала адекватной интерпретации общемирового историко-культурного процесса, что, соответственно, тормозило адаптацию японцев к общепринятым в мире поведенческим нормам бытия.

Существенная корректировка японской повседневности произошла в результате изменений внешних условий выживания нации под влиянием угрозы насильственного «открытия» Японии, а по сути — угрозы ее колонизации со стороны сильных в военном отношении мировых держав — США и стран Западной Европы.

До середины XIX века, находясь в условиях самоизоляции от внешнего мира, Япония особо не нуждалась в распространении в обществе националистической идеологии. Однако, когда состоявшая из отдельных княжеств Япония столкнулась с силовым давлением западных империалистических государств, власти страны осознали, что противостоять им и сохранить национальную независимость можно только с помощью конструирования более крупного гомогенного образования — «японской нации» с националистической идеологией, особым поведенческим укладом жизни ее жителей, новой повседневностью.

В этой связи в жизни японцев возрастающую роль стала играть эстетическая составляющая национального самосознания. Японская политическая элита осознала, что именно эстетизм как признание красоты в качестве абсолютной и высшей ценности, наслаждение ею и есть истинный смысл жизни, который может служить одним из объединяющих начал нации и одновременно визитной карточкой Японии на Западе. Отход от буддизма произошел после революции Мэйдзи и был осуществлен новыми властями под предлогом его иноземного происхождения, поскольку лишал Японию возможностей для проявления «национальной гордости», не отвечал критерию «исключительности» японской нации.

Поэтому государственная идеология была заменена на японский синтоизм, что способствовало росту в стране националистических настроений, а в повседневную жизнь была принесена сильная национальная составляющая.

Власти Японии стали активно пропагандировать художественное наследие (как внутри страны, так и за рубежом), организуя на средства государственного бюджета выставки за границей, что породило настоящий японский художественный бум на Западе (одновременно убеждая и японцев в их несомненных эстетических талантах). Под влиянием высоких оценок японского искусства на Западе внутри страны также произошла существенная переоценка национально-художественного наследия. Так, значительно выше стали котироваться произведения художников *укиё-э* и прозаические художественные сочинения хэйанского времени, которые до того не входили в официальный эстетический идеал и даже подвергались гонениям и запретам за «аморальность» и «распущенность».

Важной особенностью японской повседневности является опора японцев на жизненную философию минимализма. Минимализм как поведенческая норма предполагает, в первую очередь, отказ от всего лишнего и ненужного. Это касается и питания, и покупок, и подбора круга друзей. Японец, например, не будет размениваться на общение с теми, кто ему неприятен или неинтересен. Он не будет тратить время на бесполезные дела, посвящая себя лишь действительно важным проектам. Соответствующий образ жизни помогает японцам «очистить» голову, сосредоточиться на главном, не упуская из виду ни единой детали.

Ограниченность жизненного пространства, в котором реально обитают японцы, привела к тому, что их достижения, признанные всем миром, были связаны, прежде всего, с «малыми формами», с миниатюризацией изделий научно-технического прогресса, требующими точного глазомера, умения

оперировать в малом пространстве, приводя его в высокоупорядоченное состояние. Легкость, с которой японцы всегда овладевали цивилизационными достижениями Запада, была обусловлена, среди прочего, и тем, что система измерений (с которой начиная с Нового времени Запад связывал свое экономическое и бытовое благополучие) была освоена японцами очень давно и основательно, что, в частности, нашло свое отражение в разработанной ими шкале измерений с удивительно малой ценой деления. Известный всему миру перфекционизм японцев порождает, в частности, давнее и воплощенное в каждодневной деятельности их стремление к точности.

Высокая плотность населения в Японии, теснота проживания способствовали формированию специфического взгляда на мир, весьма отличного от того, которым обладают «равнинные» этносы, кому природные условия позволяли расселяться более вольготно и чувствовать себя свободно. Общая тенденция к миниатюризации в Японии, которая прослеживается во всех областях повседневности, включая искусство выращивания карликовых растений — *бонсай*, отмечается многими исследователями современной японской цивилизации. Это относится к техническим и дизайнерским решениям, которые вряд ли нуждаются в дополнительном комментировании. Увлечение масштабным было свойственно японцам лишь на ранней стадии становления государственности (гигантские погребальные курганы, буддийский храм Тодай-дзи в Наре — крупнейшее в мире деревянное сооружение с самой большой в мире бронзовой статуей Будды Вайрочаны, Великий Будда Тодай-дзи и т.д.). Даже японский эпос, склонный, как известно, к гипертрофированному изображению событий, не демонстрировал в Японии особой страсти к сильным преувеличениям.

Характеризуя японскую повседневность через «зрительный код», можно назвать ее «близорукой» (в отличие от «дальнозоркости» равнинных народов, в частности русских): японцы лучше видят жизненные события здесь и сей-

час, лучше осваивают ближнее жизненное пространство. Одежда, дом, сад — вот о чем привыкли заботиться японцы в своей повседневной жизни в первую очередь, т.е. они все время как бы смотрят себе «под ноги», а не вдаль. Что же касается освоения пространства далекого, то им всегда не хватало стратегического видения, абстрактного мышления, философского взгляда на мир «сверху». Это никогда не было их сильной стороной.

Показательно то, что периодические попытки японцев к пространственной экспансии всегда оканчивались неудачами. Крупнейший стратегический провал ждал Японию при вступлении во Вторую мировую войну, когда власти приняли фатальное решение о нападении на Пёрл-Харбор. И это происходило в то время, когда японская армия уже прочно увязла в необъятном Китае, война с которым началась еще в 1937 году. И дело здесь было не в житейской глупости и близорукости руководства страны, а в его, в буквальном смысле этого слова, недальновидности, обусловленной неспособностью оперировать непривычными для японцев геополитическими масштабами.

Приверженность японцев философии «малого» проявляется и в осознании ими места человека в жизни. В японской повседневности отсутствует, например, явление, существующее в европейской традиции, — тенденция к самовозвеличанию человека. У японцев человек не считается ни венцом творения, ни мерой всех вещей. Этому японцы обязаны философии буддизма, гласящей, что природа Будды присутствует в каждом человеке, животном и даже растении. В сознании японцев граница между миром людей и остальным миром, между природным и человеческим, между одушевленным и неодушевленным не является столь непроницаемой, как на Западе. В этом просматривается влияние не только буддизма, но и синто с его политеизмом. Камо Мабути, ведущий идеолог синто, еще в 1765 году писал: «Другая дурная привычка китайцев заключается в том, что они отделяют челове-

ка от животных, превознося человека и презирая остальное... Разве не все существа, обитающие между Небом и Землею, не ничтожны? Почему только человек должен считаться сокровищем? Что в человеке особенного?»

Для японской повседневности характерна также и высокая степень рефлексии, т.е. концентрация внимания на самом себе, на своем сознании, на собственной деятельности, а также на переосмыслении своих поступков. Однако самоанализ японцев направлен не столько на осуществление собственных желаний, сколько на то, чтобы подавить их и более адекватно вписаться в окружающую социальную структуру, занять свое место в групповой иерархии. Человек оценивается, прежде всего, не по своим успехам в жизни, а по тому, как он исполняет свою социальную роль — в семье, общине, профессиональной группе, государстве. Другими словами, японец оценивает итоги своей деятельности не с точки зрения результата, а исходит из степени своей вовлеченности в процесс повседневности. Однако не раз подмеченная исследователями склонность японцев к групповому поведению отнюдь не означает нивелирования личности и ее «примитивизацию», о чем, в частности, свидетельствуют мировые достижения японских специалистов в области науки и техники.

Об особенностях поведения японцев в повседневной жизни, их умении прожить жизнь достойно и счастливо, о поведении японцев в семье и на отдыхе, японской культуре секса — обо всем этом рассказывает данная книга. Ее авторы, долгое время прожившие в стране, по сути, «пропустили» через себя многие стороны японской повседневности и не понаслышке знают ее положительные и негативные стороны. Хочется надеяться, что и российскому читателю будет небезынтересно познакомиться с особенностями японской обыденности, которая сильно отличается не только от повседневной жизни наших соотечественников, но и от бытия жителей многих стран Европы и США.

Часть первая
СВОЕОБРАЗИЕ ЯПОНСКОГО
МЕНТАЛИТЕТА



1.1. Влияние национального менталитета японцев на их повседневное поведение

Под менталитетом в данном исследовании мы понимаем особенности склада ума японцев, совокупность их умственных, эмоциональных и культурных черт и ценностных ориентаций, отличающих их от других народов мира и проявляющихся в своеобразной поведенческой активности. Другими словами, японский национальный менталитет — это тот культурный контекст, в котором японцы растут, воспитываются и живут, это то, что влияет на формирование мышления каждого из них, а значит, и на те поведенческие решения, которые японцы принимают каждый день.

Национальный менталитет японцев состоит из двух уровней. Первый — это генетический, т.е. то, с чем они рождаются и изменить не могут. Второй уровень — приобретенный, т.е. то, что можно изменить. На формирование этого уровня влияет воспитание в семье и в коллективе, окружающая среда. Чем раньше у человека закладывается определенный тип поведения, тем сложнее его менять в последующие годы.

Индивидуальные черты японской нации, отличающие ее от других этнических образований, формировались на базе

трех религиозно-философских учений: заимствованных из Китая буддизма и конфуцианства, а также национальной японской религии — синтоизма. Эти учения не только никогда не конфликтовали друг с другом, но гармонично взаимодополнялись, находясь в тесном взаимодействии.

Отличительными чертами японцев являются ответственность, патриотизм, коллективизм и принижение своего собственного эгоистического «я». Кроме того, при формировании менталитета большую роль играют семейные ценности, высокая дисциплина, уважение к старшим по званию и возрасту, услужливость и доброжелательность к окружающим.

При анализе особенностей характера японцев следует учитывать и такой фактор, как небольшая по размерам территория страны и традиционная форма жизни в формате деревенской общины. Жители Японии считают, что при такой тесной скученности, которая у них сложилась исторически, проявление взаимной учтивости и вежливости — один из способов выживания нации.

Многие культурологи уверены, что коллективизм в Японии, впрочем, как и в других странах Восточной Азии, где основным продуктом является рис, сформировался в том числе и потому, что рис — это культура, которую человек не может производить в одиночку. Для того чтобы вырастить рис и прокормить себя и свою семью, японцы должны были объединяться в общины. Коллективизм, таким образом, исторически глубоко «пропитал» их генетические поры.

В Японии степень сплоченности коллектива всегда была достаточно высока. Основными чертами группового поведения японцев считаются, прежде всего, дисциплинированность, преданность авторитету и чувство долга. Дисциплинированность проявляется в стремлении соблюдать иерархичность и упорядоченность, что, в свою очередь, предполагает строгое следование определенному порядку вещей, совершение поступков, приемлемых для других, прилежное испол-

нение своего долга, бескорыстное уважение вышестоящих и старших.

Менталитет японцев устроен таким образом, что исторически в их социуме сосуществовало множество различных организаций, называемых *кёдотай* (объединение, община). Дело в том, что японцам свойственна потребность в коллективной организации работы и личной жизни, что приводило к групповому конформизму. Они воспринимают организации как естественные компоненты своей жизни, без которых не может существовать страна. Японцам, в отличие от европейцев, склонных к индивидуализму, комфортнее и привычнее коллективистская система ценностей.

Конфуцианскими идеалами и добродетелями «мудрого правления» и социальной ответственности продиктовано и активное вмешательство государства в экономику, а также существовавший в Японии на протяжении всей второй половины XX века неофициальный институт системы «пожизненного найма». Эта система гарантировала работникам поддержку в течение всего периода их трудовой деятельности и после выхода на заслуженный отдых. Поэтому большую часть своей жизни японцы отдавали работе во благо процветания своей страны, всего общества.

Важный аспект японского менталитета — это чуткое и бережное отношение к природе. Традиционно оно было сформировано на основе синтоизма, который наделял божественной сущностью окружающую среду, а также был прямым следствием ограниченности природных ресурсов на территории Японских островов. Японцы старались минимизировать ущерб, наносимый природе деятельностью промышленных предприятий. Именно в Японии традиционно большое внимание уделялось разработке экологически чистых видов транспорта и технологий энергосбережения. Именно эта особенность менталитета побуждала японцев развивать науку и высокие технологии во благо окружающей среды,

а не в ущерб ей. Они и сегодня не понимают слова нашего знаменитого соотечественника И. В. Мичурина, сказанные им еще в начале XX века: «Человек не должен ждать милостей от природы, взять их у нее — наша задача», где виден явный намек не на защиту природы, а на ее эксплуатацию.

И наконец, третий аспект японского менталитета — это прагматизм, т. е. ориентация на практический эффект, который может быть получен от того или иного действия, на положительный конечный результат деятельности по формированию благополучной среды обитания. Японцам чуждо абстрактное философствование. Они заимствуют у других народов только то, что может принести пользу в повседневной жизни. При этом акцент в их трудовой жизни направлен не столько на достижение личного материального благополучия, сколько на получение, в первую очередь, морального удовлетворения от работы, на убажение своего тщеславия и приобретение чувства ответственности за судьбу нации. Последнее, впрочем, сыграло решающую роль в достижении высоких темпов экономического роста Японии во второй половине XX века.

Во многих действиях и поступках в повседневной жизни японцы стараются следовать традициям, сформировавшимся еще в далекой древности. Так, под Новый год в каждом японском доме принято ставить ветки сосны (символ долголетия и могущества), сливы (символ начала Нового года по лунному, природному календарю) и бамбука (символ постоянства и добродетели), развешивать пучки соломы и узкие бумажные полоски. Соломенные пучки затем сжигают, «чтобы отогнать злых духов», как поступали в старину. 31 декабря никто не будет сидеть за столом, ожидая наступления 12 часов и «боя курантов», так как самым важным для японцев является наступление рассвета 1 января, когда они спешат в храм на *хацумодэ*, чтобы вымолить у богов благополучие, здоровье и успех на текущий год.

Японцы никогда слепо не копировали европейскую культуру. Диалог с Западом скорее можно охарактеризовать как

культурный обмен, как творческое заимствование элементов европейской цивилизации, которые переплавлялись и адаптировались к японским реалиям, приобретали новый характер и постепенно становились органической частью японской традиции.

Удивительной особенностью японского менталитета является его открытый характер в противоположность, например, китайскому, который относится к закрытому типу, чрезвычайно неохотно воспринимающему любое влияние извне. Японская «открытость» — это некий синтез трех элементов: поклонения традициям, уважения к иностранному и потребности двигаться к новому, передовому. Не случайно японский традиционализм называют явлением «особого рода», т. е. смешением собственно японского и заимствованного, привнесенного европейского начала.

Япония — островное государство с высокой плотностью населения, но, несмотря на это, она охотно ассимилировала и перерабатывала западноевропейские культурные веяния, адаптируя их к решению задач национального развития. После «открытия» Японии «черными кораблями» американца commodora Перри в 1853 году японцы оказались в водовороте новых для них западных культурных потоков, которые стали пронизывать все стороны жизни общества. Впитывая чужую и в целом чуждую культуру, японцы, тем не менее, сумели сохранить и свою исконную, оперируя по своему усмотрению элементами новой культуры для обогащения своей, но ни в коем случае не отталкивая западную, как это ошибочно делали многие азиатские страны в стремлении сохранить национальные традиции, свою независимость и суверенитет. Японцы мудро использовали все, что было полезного на Западе, для совершенствования себя самих.

Японцы перенимали у европейцев то, что представляло для них интерес на конкретном этапе исторического развития. Каждый элемент чужой культуры осваивался таким

образом, чтобы можно было его приспособить к японским условиям. В результате заимствования всегда носили прагматический характер, и поэтому можно смело утверждать, что речь шла не столько о заимствованиях, сколько о своего рода видоизменениях, модификации применительно к социальным или иным потребностям страны.

В современной Японии бережно относятся к традициям, далекому прошлому, памятникам старины, сохраняя неизменными в том числе и унаследованные от предыдущих поколений нормы поведения. Для японцев характерно бережное отношение к сложившемуся в прошлом укладу жизни как к национальному культурному наследию. При этом внимание уделяется не только содержанию поведения, но и внешним его проявлениям, стилю, благодаря чему форма поведения остается особенно устойчивой. Япония доказывает живучесть традиций и в политическом мышлении, и в социальном поведении своих граждан, а японский традиционализм оказывает стабилизирующее воздействие на основы общественно-политической жизни нации.

Выделяя наиболее характерные черты поведения японцев, иностранцы, в первую очередь, отмечают их вежливость, аккуратность, терпеливость, бережливость, любознательность и самообладание, определяющие суть японской нации. В Японии бытует выражение: «Самурай холоден, как его меч, хотя и не забывает про огонь, с помощью которого этот меч был выкован». И действительно, самообладание и сдержанность присущи многим современным японцам, что, вероятно, обусловлено влиянием буддизма, проповедовавшего терпение, воздержание и выдержку.

Японцы отличаются аскетичностью в повседневной жизни. Они умеренны в своих потребностях, им свойственно ограничивать себя в своих действиях. Японцы следуют правилу, согласно которому «тот, кто знает, где остановиться, не подвергает себя опасности». Японцам присущ определенный фатализм

в оценке происходящих событий, что, вероятно, объясняется их основными жизненными установками, а именно:

- спокойно воспринимать любую ситуацию;
- стараться придерживаться установленных в обществе правил;
- ограничивать себя в развлечениях;
- во всех бедах винить прежде всего себя.

Однако помимо фатализма для современных японцев характерен и рациональный подход к действительности, часто связанный с личными интересами. Критерием рационального поведения является достижение конкретных успехов в жизни, которые, по мнению японцев, зависят, в первую очередь, от бережливости и, как это может показаться удивительным для европейцев, — от демонстрации вежливости по отношению к своему окружению.

Именно вежливость, которая присуща японцам буквально на генетическом уровне, является не столько их основной национальной чертой характера, сколько национальным достоянием. Если бы в мире присуждали премию «Оскар» за вежливость, то постоянными ее обладателями были бы японцы, ибо любое слово, жест, поступок и даже побуждение к действию отмечены у японцев печатью вежливости. Именно это бросается в глаза любому иностранцу, который пересекает границы Японии, хотя самих японцев не удивляют приветливые продавцы в магазинах, внимательные водители такси, учтивые официанты, которые обслуживают посетителей с улыбкой и никогда не берут чаевые. В Японии каждый человек погружается в «комфортную ванну» вежливости и учтивости, из которой не хочется вылезать.

В поведении японцев есть еще одна характерная черта, которая бросается в глаза тем, кто встречается с ними впервые. Иностранцы сразу отмечают пытливость ума японцев, стремление вникнуть в суть проблемы, докопаться до ее скрыто-

го смысла. Такая любознательность отличается четкостью и практической направленностью, можно даже сказать — прагматической нацеленностью, которая исторически была сформирована конкретностью мышления под воздействием буддизма. Дело в том, что японский буддизм далек от каких бы то ни было аналитических, абстрактных построений, ему свойственна простота, конкретность и лаконичность.

Обозначенные выше черты японского менталитета привели нацию к формированию общества с такой стилистикой, где значительная часть его членов чувствует себя весьма и весьма комфортно, создавая комфортные условия и для всех тех, кто приезжает в эту страну.

1.2. Особое чувство восприятия красоты

На протяжении веков японские власти прививали своим гражданам чувство прекрасного, которое было доведено до своего рода религиозного культа. Преклонение перед красотой, которое широко распространялось среди всех слоев населения, было доступно каждому, и поэтому японцы умели видеть красоту во всем, что их окружало. Под красотой мы понимаем категорию, обозначающую совершенство, гармоничное сочетание различных аспектов объекта, вызывающего у наблюдателя эстетическое наслаждение. Красота у японцев традиционно считалась одной из важнейших категорий культуры.

Так, искусство каллиграфии всегда требовало не только правильности в написании иероглифа, но и красоты линий, написанных кистью, что у японцев вырабатывалось с детства, формируя устойчивый навык. Иероглифическая система письменности сложна, она требует безупречной точности, ее красота и выразительность давались японцам лишь путем упорных эмоциональных и творческих усилий, длительной тренировки. Естественно, многократное переписывание

иероглифических текстов рассматривалось ими как высоко эстетичное занятие, которое давалось далеко не каждому.

Потребность в красоте проявлялась у японцев также в боевых искусствах. Японское фехтование называется *кэн-до*, а искусство стрельбы из лука — *кюдо*. Первое означает «путь меча», а второе — «путь лука». Под «путем» японцы понимают не дорогу, ведущую из точки А в точку Б, а некую единую философскую категорию, которую в своей эволюции проходит каждый японец на разных этапах своей жизни. «Путь меча» и «путь лука», получив глубокое философское осмысление, возведены в сознании японцев в разряд искусства, полностью отвечающего требованиям красоты.

В соответствии с критериями японской красоты основной целью стрельбы из лука, например, является не попадание стрелы в цель, а постижение самого искусства стрельбы, каждый этап которого предполагает подготовку стрелка к запуску стрелы к цели. Именно эти мысли должны освобождать его от навязчивого желания во что бы то ни стало попасть в мишень, так как выпущенная стрела так или иначе в нее попадет. Эти принципы в равной мере применимы и в карате, дзюдо, айкидо. Японцы всегда помнят, что эстетические нормы в большой степени определяют их жизненную философию, художественный вкус, который пронизывает весь уклад жизни, наполняя его «исконно японским содержанием».

Японцы издавна искали и находили красоту в явлениях природы. В японском языке имеются эстетические понятия *ханами* — любование цветами, *цукими* — любование луной и *юкими* — любование снегом.

Традиции поклонения прекрасному передаются от поколения к поколению, что находит свое выражение в чувствах, словах и поступках японцев. Они считают, что присущее им особое чувство красоты — это их национальное достояние, которым иностранцы могут только восхищаться, однако лишь им самим дана способность его ощущать.

Повышенная восприимчивость японцев к красоте сделала их чрезвычайно эмоциональными, а любовь к прекрасному стала неотъемлемой чертой их национального менталитета. Утвердившиеся в японском обществе основы поведения людей особенно ярко выражают идею преемственности, закрепляя национальные, культурные и бытовые элементы из поколения в поколение. Японцы бережно относятся к культурному наследию прошлого, они сохраняют классический театр, чайную церемонию, искусство икебаны, национальную одежду кимоно. В динамичном обществе XXI века японцы ищут опору в постоянстве и находят ее в традиционных формах искусства. Занятия традиционными японскими видами искусств помогают сохранить психологическое и моральное здоровье, найти гармонию и баланс в напряженном ритме современных многомиллионных мегаполисов. Это сродни классической музыке, которая вносит равновесие и умиротворенность в бешеный жизненный ритм современности, в отличие от рок-музыки, которая только возбуждает и без того перевозбужденную нервную систему.

Японцы различают категории конкретного и образного. То, что лишено образности, их мало интересует. Японцам свойственно проникновение в «глубь» предмета с целью постижения его «души». Конкретность мышления японцев связана в значительной степени с особенностями языка и письменности, ведь иероглифы предполагают выстраивание четкой схемы ключей и черт, без которых трудно классифицировать все знаки японской письменности. И вполне логично, что это формирует такую особенность японского характера, как практицизм.

Именно практицизм и накопленный веками опыт жизни лежат в основе решения многих возникающих сегодня у японцев проблем в повседневной жизни. И основным императивом для многих при этом является попытка найти консенсус, который должен удовлетворять все заинтересован-

ные стороны и полностью исчерпывать причины конфликта, восстанавливать гармонию и красоту в японском понимании этого слова.

Однако в европейском понимании восприятие красоты по-японски порой не может не вызывать удивления. Речь идет о тенденциях последнего времени, когда за критерий красоты стали выдавать наличие у японских девушек кривых зубов. Дело в том, что японцы не только традиционалисты по своему менталитету, но и достаточно оригинальная нация, которой не чужды нестандартные решения. Иногда они могут пойти и против общепринятых мировых стандартов, «выпячивая» свой вызывающий японский стандарт. Именно так произошло с новой японской модой на кривые зубы у девушек.

Мировые достижения стоматологии вышли сегодня на такой высокий уровень, что дают возможность удовлетворить любые капризы клиентов. В мире немало людей, готовых тратить тысячи долларов в год на услуги дантистов-ортодонтотв (врачей, которые диагностируют и лечат патологии зубочелюстной полости, занимаются исправлением неправильно прикуса и т.п.), чтобы выровнять свои зубы и обрести «голливудскую улыбку» — идеально ровные и ослепительно белые зубы.

Однако у современных японских девушек голливудские стандарты красоты перестали пользоваться спросом. Некоторые молодые японки готовы сегодня платить немалые деньги за то, чтобы здоровые красивые зубы превращались у них... в кривые. В последнее время в стране все большую популярность стала приобретать неидеальная улыбка со скоплением во рту кривых зубов и выступающими вперед клыками. Такая улыбка на японском языке называется *язба*, что в переводе означает «двойной зуб». Многие люди в той или иной степени имеют кривые зубы от рождения. У кого-то откровенно торчит один кривой зуб, у кого-то искривлен весь передний ряд, у третьих — возникают проблемы из-за неправильного

прикуса. Причин тому несколько, но главная из них — это все-таки генетика, т.е. повторение современными японцами генетического кода своих предков.

Японские дантисты досконально изучили особенности ротовой полости своих пациентов и пришли к выводу, что эти отклонения у многих были заложены давно, в далекой истории эволюции японской нации. Поэтому издавна услуги врача-ортодонта были весьма востребованы у японцев, а ношение брекетов было даже модным, так как они помогали выровнять кривые зубы. И вот неожиданно в современной молодежной японской среде возникла мода на кривые зубы. Оказывается, что, согласно опросам общественного мнения, улыбка девушек с кривыми зубами «будоражит» умы японских мужчин, которые находят в этом привлекательность. По их мнению, такие «вампирские» улыбки придают японкам пикантность и некоторое сходство с кошками. Японцы, которые в своем поведении всегда стремились к идеалу, вдруг решили, что нарочитая «неидеальность» делает девушку более милой и естественной. По мнению ряда японских мужчин, такие девушки более доступны для знакомства и общения, чем те, которые «слишком совершенны» и потому труднодоступны.

Многие эстрадные знаменитости в Японии, звезды шоу-бизнеса стали выставлять напоказ свои несовершенные улыбки и гордиться наличием во рту кривых зубов. Молодые девушки с ровными и правильно стоящими зубами стали обращаться к стоматологам, чтобы те сделали им улыбку а-ля *яэба*. В престижном торговом районе Токио Гиндза открылась стоматологическая клиника, которая специализируется на превращении идеально ровных зубов в кривые. Одной из основных методик в ней является наращивание клыков на постоянной основе так, чтобы они значительно выступали вперед на фоне других зубов.

Сегодня на улицах японских городов можно встретить много довольных собой японок, улыбающихся и демонстри-

рующих публике свои кривые зубы, что ввергает в недоумение многих европейских девушек.

1.3. Удивительная потребность общаться с природой

Повсеместно в Японии можно наблюдать, как ее жители бережно относятся к окружающей среде. Ярким примером тому, наш взгляд, является их отношение к сохранению нормальной среды обитания в огромном мегалополисе мира — Токио. Инфраструктура Токио является крупнейшей городской экономикой мира. Его территория занимает 550 кв. км, на которой, по данным на начало июля 2019 года, проживало 37,8 млн человек, а в столичном мегалополисе — около 60 млн человек. И если в центральной части города сосредоточились гигантские небоскребы (несмотря на высокую сейсмичность территории), пригороды японской столицы представляют собой громадную агломерацию с многочисленными городами-спутниками.

В 1960-е годы, когда Япония развивалась небывалыми для рыночной экономики мира темпами, город сильно страдал от загрязнения промышленными выбросами. Однако японские власти быстро приняли программу охраны окружающей среды, что позволило существенно улучшить экологическую ситуацию в городе. Важное место в той программе отводилось увеличению площадей городских парков и зеленых насаждений. Особое внимание было обращено на благоустройство таких парков общего пользования, как широко известные Уэно, Хамарикю, Сибаэ, сад Рикугиэн, спортивные парки Мэйдзи и Комадзава и, разумеется, исторические сады и парки вокруг императорского дворца и около древних храмов.

Японцы любят свою столицу за ее неповторимый облик и своеобразие. Необычны токийские ландшафты, и там, где у горожан нет возможности разбить крупный парк или сквер,

они создают маленькие по размерам классические японские мини-сады. Эти сады занимают совсем небольшую территорию и встречаются практически в любом районе Токио. Но они всегда тщательно ухожены и очень красочны. В водоемах растут лилии, здесь много красивых камней и мхов. Такие садики вносят особый колорит в городскую среду, и благодаря им Токио производит впечатление очень зеленого города.

В сознании любого японца философия синто — жить в гармонии с природой — тонко сочетается с суровыми законами «каменных джунглей» современных мегалополисов, когда асфальт и бетон покрывают каждый квадратный метр городской территории. Острейший дефицит свободных земель привел к тому, что с недавних пор парки в Токио стали разбивать на верхних этажах высотных зданий. Но и этого жителям Токио показалось недостаточно: они успешно стали осваивать крыши домов меньшей этажности и превращать в клумбы любую незанятую территорию.

Впечатляет опыт деятельности крупной японской компании «Пасона», которая предоставляет рекрутинговые услуги по кадровому и стратегическому консалтингу для решений экологических проблем мегалополисов. При входе в здание создается ощущение, что человек попал в научно-исследовательскую лабораторию по... выращиванию овощей и фруктов в городских условиях. Кстати, сегодня это стало одной из самых последних тенденций постиндустриального урбанизма. Проект компании «Пасона» представляет собой в чистом виде реализацию ее стратегии корпоративной социальной ответственности и является вкладом в обеспечение стабильного в экологическом отношении будущего многомиллионных японских городов. Выращенные овощи отсылаются в столовую «Пасоны» и идут на приготовление пищи для сотрудников компании.

Таким образом, изначально экзотическое увлечение отдельных сотрудников переросло в настоящее коллективное хозяйство, хотя основная деятельность компании по-преж-

нему не имеет ничего общего с аграрным сектором. «Пасона групп» — одна из крупнейших в Японии рекрутинговых корпораций по найму персонала. Однако посетителям нового здания ее штаб-квартиры в центре Токио может показаться, что они попадают в теплицу, где в конторских помещениях выращивается до 30 тысяч различных кустов и деревьев. И делается это не столько ради коммерческой выгоды, сколько просто для души и поднятия настроения ее сотрудников.

Работники «Пасоны» с гордостью говорят посетителям: «Смотрите, на первом этаже у нас рисовое поле, вероятно, единственное в Токио. Урожай мы снимаем три раза в год. Всего получаем 150 кг риса. Все, что у нас здесь выращивается, отправляется на кухню». Общение с клиентами и переговоры с партнерами ведутся в атмосфере, пронизанной ароматами свежей зелени и цитрусовых. В стенах компании произрастает более 200 видов овощей и фруктов. В помещениях поддерживается температура, оптимальная для каждого вида культуры.

Практичность — отличительная черта экологического стиля японцев, их восприятия красоты. Уход за растениями в компании — дело добровольное. Раньше в перерывах сотрудники уходили на перекур, сегодня они идут на поливку растений. Работники компании в один голос утверждают, что это не менее эффективный способ отвлечься и снять стресс, к тому же без вреда для здоровья. Одна только польза! За год такой офис поглощает свыше двух тонн углекислого газа. Японские власти уже назвали этот проект удачным примером того, как частные компании могут содействовать борьбе с глобальным потеплением за улучшение качества окружающей среды.

Другим примером отношения японцев к природе является деятельность сотрудников расположенной в Токио в районе Сэтагая компании «Агрис сэйдзё», которая владеет самым крупным садом, используемым в качестве общественного огорода. Крыша здания разделена на «Западный

сад» и «Восточный сад», которые, в свою очередь, поделены на 300 небольших участков площадью по 6 кв. м. Каждый желающий, готовый платить ежемесячно по 12–13 тысяч иен (110–120 долларов США по курсу на апрель 2020 года), может стать членом «садоводческого товарищества». Это дает ему возможность в любое время дня прийти на свой участок, расположенный практически в центре Токио, и заняться любимым трудом на земле.

Огородничество как хобби позволяет японским «белым воротничкам» снимать стресс и получать удовольствие от такой деятельности. Стоимость выращенных овощей и фруктов значительно превышает цену аналогичного продукта в магазинах, но в данном случае для японцев важен не результат, а сам процесс. Токийцы придумали эффективный способ противодействия накапливающейся усталости и стрессам, когда человек может одновременно находиться как бы в двух пространствах — и в городе, и в сельской местности.

Многие японцы стараются использовать передовой опыт жителей Токио в своих регионах, и, вероятно, и нам, россиянам, не помешало бы поучиться у японцев любви к окружающей нас природе.

1.4. Правильное понимание своего места в жизни и в обществе

При всей внешней демократичности японского общества его, тем не менее, отличает высокая степень иерархичности, т. е. порядок подчинения «низших» по социальному статусу, а также и возрасту — «высшим». Ситуативно подчиненность может строиться по пирамидальному, горизонтальному или иному принципу и призвана, в конечном счете, повысить эффективность системы управления. Система иерархичности похожа на социальную структуру типа «дерева», которая пронизывает всю ткань японской повседневной жизни, затра-

гивая как отдельного индивидуума, так и группы населения, учреждения, предприятия, систему питания и, не в последнюю очередь, — японский язык.

Начиная с периода Средневековья и вплоть до настоящего времени в Японии действует хорошо известное всем японцам правило, предписывающее каждому «знать свое место». На практике это зафиксировано и в существующих уровнях языка, которые различными способами выражают неодинаковый социальный статус японцев в социальной иерархии. При этом японские традиционалисты, которые ставят в основу развития нации выраженную в обычаях практическую мудрость, считающуюся следствием многовекового доказанного опыта и практического разума, убеждены в том, что иерархия японского типа носит вполне обоснованный и справедливый характер, а корни этого явления уходят во времена проникновения в Японию конфуцианства и восходят к раннему этапу развития японской цивилизации и государственности.

В конфуцианстве, которое пришло в Японию из Китая, иерархичная структура общества считалась нормой. Его распространению в японском социуме способствовали приезды людей, хорошо изучивших конфуцианскую литературу, а также поездки японцев в Корею и Китай для ознакомления с ним. Конфуцианское этико-политическое учение, оказавшее большое влияние на «Закон из 17 статей», составленный Сётоку-тайси, уже в VIII–XI веках распространилось среди феодальной аристократии. В XII веке в Японию проникли произведения сунских неоконфуцианцев, в частности учение Чжу Си. Были предприняты попытки объединить оба учения. Однако позднее буддизм вытеснил конфуцианство, и возрождение последнего относится лишь к началу XVII века.

Надо заметить, что, в отличие от Китая и Кореи, где конфуцианство пронизывало всю повседневную жизнь, в Японии эта философия так и осталась в статусе некой системы знаний, всего лишь еще одним предметом для изучения. Воз-

можно, именно в этом и кроется причина той легкости, с которой Япония встала на путь вестернизации в период заката сёгуната Токугава (1853–1868) и в первые годы реставрации Мэйдзи.

Идеи конфуцианства актуальны в современном японском обществе. Конфуцианство закрепляло традиционно-патриархальные устои и социальное неравенство среди японцев, регламентировало общественные отношения, устанавливая строгую иерархию в семье и обществе. С самого детства японцу внушается необходимость подчинять свои личные интересы интересам группы. В японцах воспитывается осознание прочной связи с семьей; первые поклоны вежливости, которым родители обучают ребенка, дают ему представление о субординации и о его месте в группе.

Строгая регламентация в структуре японского общества, система семейного воспитания и организация системы образования в Японии всегда были ориентированы на высокую значимость авторитета в группе. На первом месте стояло беспрекословное следование за авторитетом, тогда как удовлетворение личных амбиций и карьерный рост играли второстепенную роль.

В Средние века в Японии часто можно было слышать выражение, состоящее из пяти иероглифов: *хи-ри-хо-кэн-тэн* (дословно «несправедливость — справедливость — закон — власть — небо»), что трактовалось следующим образом: несправедливость подвластна справедливости, справедливость — закону, закон — власти, а власть подчиняется только Законам Неба. Другими словами, на протяжении веков японцам внушалась мысль о том, что, хотя власть на Земле никогда не может превзойти законы Неба, ибо они сильнее, чем земные законы, восставать и сопротивляться им неразумно, а главное — бесполезно.

Идеология «непротivления злу» глубоко укоренилась в сознании японцев. Она была сформирована под влиянием

конфуцианских догм и норм, и в частности нормы *рэй* (китайск. — *ли*), которая регламентировала взаимоотношения людей в общественной, служебной и личной жизни. Принцип *рэй* лежит в основе послушания, повиновения и преклонения перед авторитетом и в современном японском обществе.

Смысл конфуцианской морали усвоен японцами в виде следующего изречения: «Отношения между старшим и младшим подобны отношениям между ветром и травой: трава должна склоняться, если подует ветер». В 1879 году видный японский политик периода Мэйдзи премьер-министр Ито Хиробуми заявил, что «дать многим судить о политике — значит навлечь на страну несчастье». По сути, вплоть до второй половины XX века японское общество жило в духе покорности авторитету, которая переплеталась со страхом перед институтами государственной власти — полицией, правительством и армией. В представлении японцев власть — это то, с чем следует считаться и уважать, но никак не противоречить ей. Такая государственная идеология создавала правительству крайне благоприятные условия для получения смирения и покорности со стороны общества.

Надо заметить, что отношения внутри японского общества — достаточно сложные и запутанные. У японцев традиционно принято отделять «своих» от «чужих», что автоматически приводит к формированию конкретных норм и требований для членов каждой из этих двух групп. Так, членам одной группы разрешается и прощается многое из того, что запрещено и порицается в отношениях с членами другой группы (например, только очень близким людям разрешается подтрунивать или высказывать критические замечания, которые не потерпят от посторонних). В Японии деление общества на «своих» и «чужих» называется *ути то сото*.

Хорошо известно, что всех иностранцев японцы называют словом *гайдзин* — «человек извне», при этом неважно, из какой страны эти иностранцы приехали, сколько времени они прове-

ли в Японии и насколько хорошо владеют японским языком. И как ни старайся, для японцев иностранец никогда не станет «своим», не будет принят в их внутренний круг, оставаясь всегда за пределами строго очерченного пространства.

В понятие «свой» японцы прежде всего включают:

- свою семью, свой дом;
- жену/мужа;
- группу, к которой они принадлежат.

Понятие «чужой» распространяется на:

- все, что находится за пределами дома;
- другие группы.

При сопоставлении этих двух понятий становится очевидно, что японцы проводят четкую границу между «своими» и «чужими» в повседневной жизни. *Ути* и *сото* проявляются в построении традиционного японского дома с его высоким и прочным забором, которым японцы отгораживались от всех, кто принадлежит к группе *сото*, и передвижными внутренними перегородками *сёдзи*, которые оставляют чрезвычайно мало пространства для личной жизни каждого обитателя такого дома. Наличие перегородок *сёдзи* внутри жилого помещения предполагает, что члены одной семьи практически все время проводят вместе, вне зависимости от того, чем они занимаются — работают, отдыхают или обедают, что, в свою очередь, способствует сплочению семьи, но в то же время помогает сохранить определенную изоляцию каждого члена семьи от остального мира.

Считается, что появление нормы *ути* — *сото* связано с традиционным японским семейным укладом — системой *иэ*, где *иэ* обозначает «дом». Морально-этические нормы такой системы были разработаны еще в период сёгуната Токугава и получили свое развитие в период реставрации императорской власти Мэйдзи.

Система *изэ* имела следующие особенности. Это была система патриархата, в которой глава дома обладал абсолютной властью над всеми членами семьи и его решения не обсуждались, а остальные должны были беспрекословно ему подчиняться. Кроме того, глава семьи отвечал за семейный бизнес и оплачивал все издержки производства.

Учитывая патриархальное построение большой семьи, наследником в доме становился старший сын. Он имел право привести в дом отца и матери свою жену, а в дальнейшем по традиции он продолжал вести семейные дела. Если у наследника были сестры или братья, им также находилось занятие внутри дома. При этом каждый занимался своим делом, а в семье существовало строгое разделение обязанностей: дело, которым занимался член семьи, считалось куда важнее его самого. Все в семье знали, что его труд важен и нужен для рода. Такая логика способствовала укреплению чувства сплоченности дома и, в конечном счете, служила во благо процветания всех членов семьи.

Итак, члены семьи в понимании японцев — это *ути*, а все остальные — *сото*. Правда, такое деление никогда не было жестким и застывшим, границы между этими группами хотя и были четкими, но, тем не менее, оставались довольно подвижными в том смысле, что условные водоразделы между группами могли сдвигаться в зависимости от конкретной ситуации. Это касалось отдельно взятого дома, школы, сообщества друзей и распространялось до границ японской нации.

Во всех процессах заимствования иностранного опыта жизни японцы демонстрировали устойчивый этноцентризм, который являлся фундаментом и питательной средой одной из доминирующих черт японского национального характера — японского национализма, гордости за успехи своей нации. В результате в психологии японцев особое значение приобрела сложная система, в которой понятие «мы», т.е. японцы, четко противостояло понятию «они» — все, кто не японцы.

Представители японских деловых кругов в процессе общения с иностранцами нередко испытывают проблемы в силу того, что относят всех иностранцев-гайдзинов без исключения в одну группу *soto* — чужаков, не делая различий между представителями разных народов. Другими словами, японцы, относясь по привычке ко всем незнакомым людям, как к *soto*, подчас могут больно их ранить или даже вызвать неприязненное к себе отношение, что не принято в деловом общении.

В японском обществе четкое разделение на «свой–чужой» проявляется также в одежде, еде и т.д., например одежду западного стиля называют *ёфуку*, а японского стиля — *вафуку*. Костюмы, брюки, женские платья в магазинах демонстрируются на западных моделях манекенов, а кимоно — только на японках. Европейские блюда в ресторанах редко подаются в посуде японского происхождения. Рис, являющийся составной частью почти всех японских блюд, называемый *гохан*, подают в специальных чашках-пиалах и едят палочками *о-хаси*. Если же рис готовится на европейский манер, то его называют *райсу* (от англ. *rice*), подают в тарелках и едят ложкой. При написании заимствований из иностранных языков принято использовать специальную азбуку *катакану*, тогда как слова японского или китайского происхождения пишутся *хираганой*.

Различия между «мы, японцы» и «они», т.е. иностранцы, в современном обществе японцы стараются смягчать. Вновь прибывшего в Японию расхваливают за то, как он проворно справляется с палочками для еды *о-хаси*, за его восторженные отзывы о японской пище, за его неуверенные попытки говорить по-японски. Встречая со стороны японцев такое отношение, иностранец испытывает большое удовлетворение. Вместе с тем если иностранец проживает в Японии десять или даже двадцать лет, он постепенно осознает, что он все еще «пришелец» в японском обществе, аутсайдер, «чужой». И даже после многих лет пребывания в Японии он все еще может услышать в свой адрес: «О, как хорошо вы владеете

о-хаси!», «Как замечательно вы сидите на японских подушках!» и т. д. Но эти похвалы только напоминают иностранцу о том, что он никогда не станет в Японии своим.

1.5. Врожденная вежливость

Вежливость — это естественное состояние души и тела японца, это его вторая натура. Японцы вежливы всегда, даже тогда, когда они вовсе и не намерены быть таковыми. Японская вежливость — это традиция, история и обычаи, в которых язык и культура практически исключают возможность быть грубыми и резкими. Так, если на улицах японских городов происходит дорожно-транспортное происшествие, водители не будут «поливать» друг друга потоком нецензурной брани, просто один шофер громко прокричит другому, врезавшемуся в бок его автомобиля, что-то вроде: «Убирайся к черту, будь так любезен!» Такая реакция — яркое свидетельство того, что даже в условиях сильнейшего стресса японцы сохраняют свою пресловутую сдержанность и вежливость.

Японская культура и традиции считаются невербальными, т. е. многие понятия и явления не принято произносить вслух, однако когда дело касается вежливости, японцы не скупятся на слова. Например, за столом, прежде чем приступить к еде, следует вслух громко объявить о своем намерении воспользоваться предоставленным вам гостеприимством и произнести приветствие — *итадакимасу*. Причем эти слова произносятся независимо от того, находится ли человек на званом обеде, в гостях или даже принимает пищу в одиночестве. Он просто обязан произнести это слово, которое звучит как заклинание. Точно так же, окончив трапезу, японец не может просто встать и молча выйти из-за стола. Необходимо произнести слова, соответствующие выражению «Как все было восхитительно вкусно!» (*Го-тисо сама дэсита*), даже если это вовсе

было и не так. Европейцы могут усмотреть в таком поведении японцев лицемерие, однако это всего лишь вопрос органически присущей им вежливости.

Появление японца на чужой территории также сопровождается набором ритуальных фраз. Если, например, кто-то зашел к вам в офис, то он непременно должен принести извинения за вторжение (*О-дзяма-о итасимасу*), даже если он пришел по приглашению. Каждый раз, возвращаясь в офис после очередной встречи или командировки, а также домой с работы, японец произносит фразу: «А вот я и вернулся!» (*Тадаима!*) А уходя из дома по делам, принято произносить: «Ну я пошел и вернусь» (*Иттэ кимасу*), даже если ваше намерение уйти ни у кого не вызывает сомнений.

Помимо проявления вежливости, органически свойственной всем японцам, следует также отметить в их поведении скромность, которая может принимать разные формы. На горячих термальных источниках, например, там, где обнаженные люди сидят в горячей воде на открытом воздухе, единственная «уступка скромности» — это маленькое полотенце, прикрывающее интимные части тела. Получая удовольствие от пребывания в теплой воде, отдыхающие дружелюбно болтают друг с другом и с проходящими мимо, не снимая при этом с себя второго полотенца, находящегося на голове. В данном случае оно прикрывает единственную часть тела, которую видно, и просто выступает символом скромности.

Японцы весьма щепетильно относятся к тому, что связано с деньгами. Для многих из них — это непростой и весьма деликатный вопрос. Так, взятые в долг деньги категорически нельзя возвращать обычным, естественным для европейца способом, т. е. просто передавая банкноты кредитору. Японец непременно вложит их в конверт, в крайнем случае — завернет их в салфетку или бумагу. Кроме того, японец никогда не будет вручать старые, замусоленные или помятые купюры. Он предварительно сходит в банк и поменяет

старые деньги на новые — хрустящие и свежееотпечатанные банкноты.

Иногда «денежная проблема» усугубляется еще и тем, что деньги являются в Японии общепринятой формой подарка. На свадьбах, похоронах, на днях рождения детей, а также на других памятных мероприятиях дарение денег — это распространенное явление. При этом в Японии не принято выписывать чек или переводить сумму на кредитную карточку одариваемого. Следует заранее получить в банке новые купюры, положить их в специальный конверт, соответствующий обстоятельствам дарения, и вручить его виновнику торжества.

Скромность в поведении, которую традиционно привыкли демонстрировать японцы, — свидетельство благовоспитанности и изысканности по-японски. Цивилизованность и учтивость в Японии измеряются также искусством речи, стремлением возвысить собеседника путем проявления к нему уважения, тогда как к себе — уничижительного отношения, по крайней мере на словах, если не в мыслях.

Слово *сумимасэн* — японский эквивалент «простите, извините» (буквально означает «Мне нет прощения») — употребляется ими на каждом шагу, порой заменяя простое приветствие. В последнее время его стали использовать даже вместо «спасибо», как бы в ответ на то, что люди побеспокоились о вас, а вы крайне сожалеете об этом и признательны им. Японцы слышат это слово от всех и каждого по сотне раз в день, так что его истинное значение практически стерлось.

Однако если в повседневной жизни происходит что-то серьезное, требующее нормальных, а не дежурных извинений, то у японцев принято использовать такое выражение, как: «Я просто не могу подобрать слов, чтобы выразить Вам свое сожаление» (*Моси вакэ годзаимасэн*). Заходя в совершенно пустой магазин, в котором нет покупателей, японец также может громко сказать *Сумимасэн!* Своим извинением он как бы оправдывается, что поступил нехорошо, оказав-

шись в пустом магазине без покупателей. На самом же деле он просто хочет привлечь внимание продавца, сказав: «Эй, здесь есть кто-нибудь?»

Помимо устных форм демонстрации вежливости и учтивости у японцев существуют и невербальные, в первую очередь речь идет о поклонах. Умение правильно кланяться является признаком хорошего тона и свидетельством благородного воспитания. Иностранцы, как люди далекие от японских традиций, не обязаны знать, как это правильно делается, нужно ли, например, держать свои руки прижатыми к бедрам или сложить перед собой, когда следует разогнуть спину и под каким углом нужно склониться в поклоне. Однако японцы владеют этой техникой в совершенстве, ибо поклоны имеют для них большое значение, являясь показателем соотношения социальных статусов двух лиц, кланяющихся друг другу.

Всем в Японии хорошо известен старый анекдот о двух японцах, которые никак не могли перестать кланяться. И сегодня нередки случаи, когда можно встретить японцев, оказавшихся в аналогичной ситуации и продолжающих кланяться друг другу, как заведенные болванчики, к обоюдному удовольствию.

Главное правило техники поклонов у японцев гласит: во время обмена поклонами стороны практически не должны встречаться взглядами друг с другом. Японцы вообще избегают смотреть прямо в глаза собеседнику при любых обстоятельствах. Голова при этом должна быть низко наклонена — предполагается, таким образом, что большая часть приветствий и извинений должна «уходить в землю».

1.6. Многие японцы испытывают неподдельное желание стать волонтерами

Тротуары в Токио всегда чистые, на них нет мусора, а клумбы столицы радуют глаз прохожих своими сочными

ми и яркими цветами. Заслуга в этом принадлежит отнюдь не муниципальным службам мегалополиса. Идеальной чистотой улиц и площадей Токио обязан жителям, а также сотрудникам многочисленных учреждений, расположенных в городе. Это они, вооружившись метлами и совками, аккуратно подметают тротуары до начала рабочего дня, а местные жители выдергивают сорняки на клумбах и высаживают свежую рассаду. Такая работа не занимает у японцев много времени, но своим примером чиновники и работники различных частных фирм наглядно демонстрируют жителям Токио свой подвижнический порыв, готовность на добровольных и бескорыстных началах наводить порядок и чистоту на улицах японской столицы.

Пример волонтерской деятельности служащих Токио по уборке улиц не является чем-то уникальным и особенным, так как аналогичная деятельность на добровольной основе характерна практически для всех городов Японии. И отношение японцев к работе в качестве волонтеров во всех сферах жизни общества заслуживает внимания и уважения.

Другой областью волонтерского движения в Японии является оказание посильной помощи пожилым людям. Как известно, современная Япония — страна с огромным числом лиц преклонного возраста в составе всего населения. Часть из них может обходиться в повседневной жизни своими силами, но кто-то требует к себе повышенного внимания. В Японии давно сложилась традиция, что дети после окончания школы чаще всего уезжают из родного города на учебу в университеты, а потом начинают трудовую деятельность и самостоятельную жизнь вдалеке от родного дома.

Более того, работа в японских компаниях предполагает большую ротацию персонала по всей стране, и дети, покинувшие свои дома для продолжения учебы или работы, вынуждены расставаться с родителями, поддерживая их только морально и психологически по телефону или по скайпу. Од-

нако проживать с ними они возможности не имеют. А это значит, что на старости лет перед людьми встает дилемма: они либо соглашаются на переезд в дом престарелых (Япония имеет большой выбор подобных организаций), либо продолжают жить в своем доме, получая помощь со стороны чужих людей. Для оказания поддержки и внимания таким людям в различных районах японских городов создаются инициативные группы.

Волонтерская работа в этой области начинается с приема заявок от всех нуждающихся. В заявках указывается вид требуемой помощи, желаемое количество посещений добровольцев в неделю. Речь, например, может идти об уборке квартиры или дома, о покупке продуктов, об оплате коммунальных услуг и др. На втором этапе инициативная группа составляет таблицы, в которые вносятся возможные дни работы волонтеров. На основе данных составляется график работы по обслуживанию пожилых соседей. Формируются своего рода «тимуровские отряды» на японский манер, только вместо пионеров волонтерами выступают жители соседних домов, которые хотят с пользой для окружающих потратить свое свободное время. Все это делается на достаточно регулярной основе и осуществляется совершенно безвозмездно.

Задавая вопрос японцам, почему они стремятся в свое свободное время вместо развлечений и занятия своими делами пойти к соседям, чтобы помочь им с уборкой квартиры или готовкой еды, получаешь достаточно искренний и простой ответ: «Сегодня этим людям нужна моя помощь, и я иду им помогать, а завтра мне самому понадобится помощь других людей, которые придут ко мне и будут помогать мне». Человек в преклонном возрасте может существовать только опираясь на поддержку окружающих его людей. В этом японцы видят закон жизни, и так они понимают свой долг на земле.

1.7. Выполнение общественного долга у японцев превыше всего

Особое место среди многих других поведенческих норм у японцев занимает норма *гири*, т. е. выполнение общественного долга. *Гири* трактуется в японском обществе довольно широко — это и обязательство перед обществом, и долг перед родными, и благодарность окружающим. Норма *гири* проявляется в общении вышестоящего японца по отношению к низестоящему, во взаимоотношениях равных по социальному статусу людей, в связях между родственниками и соседями и т. д. В современном японском обществе придерживаться нормы *гири* свойственно людям старше 30 лет, хотя у всех японцев в любом возрасте она сохраняется в виде особой формы благодарности.

В соответствии с устоявшейся традицией выражение признательности у японцев происходит два раза в год: в середине года в виде подарка по случаю наступления середины лета (*о-тюгэн*) и в конце года в виде подарка по случаю окончания года (*о-сэйбо*). Именно в этот период служащим в Японии выплачивают бонусы, поскольку все руководители предприятий хорошо знают, что каждый из сотрудников имеет обязательства и честно выполняет свой долг перед другими — выступая посредником на помолвке, являясь надежным покупателем или работая учителем, и все они заслуживают быть отмеченными подарком, показывающим проявление чувства уважения руководителя к своим подчиненным.

Как правило, большинство подарков имеет практическое, утилитарное предназначение — обычно это красиво оформленный набор растительных масел, кофе, фруктов, японской лапши удон и т. д. Долг благодарности заключается не в необходимости дарить подарки, а в том, чтобы выразить свою признательность за оказанную поддержку, о которой японец никогда не забывает. В Японии среди предпринимателей, заня-

тых в торговле или на производстве, существует даже особая «торговая мораль» — *сёбай дотоку* (смысл которой сводится к тому, что «не могу сделать плохо») и бытует выражение: *Гири-ни мо дэкинай* («Не могу поступить плохо в отношении партнера, так как нарушу принцип *гири*»), что недопустимо для любого японца.

Отношения в рамках нормы *гири* очень сильны и в политических кругах. Дело в том, что история создания Либерально-демократической партии Японии тесно связана с наличием в ней нескольких фракций и, как следствие, внутрипартийной фракционной конкурентной борьбы, являющейся разновидностью противоборства различных группировок, члены которых объединены между собой отношениями *гири*. Подобные отношения существуют среди журналистов, писателей, артистов и т. п. Что же касается отношений между друзьями, хорошими знакомыми и соседями, то, как правило, *гири* выражается в проведении с ними своего свободного времени, проявлении сочувствия в горести, разделении радости.

Еще одной важной этической нормой у японцев, которая как бы дополняет *гири*, является *ниндзё* (человеколюбие). И хотя обе эти социальные нормы появились еще в феодальной Японии, тем не менее вторая, в отличие от первой, пользуется большей популярностью среди молодежи. Молодое поколение считает, что *ниндзё* ярче выражает подлинные, искренние чувства и не подавляет свободы человека, опутывая его ненужными обязательствами. *Гири* и *ниндзё* отражают сложные и специфические межличностные отношения, существующие в японском обществе и регулирующие поведение людей. Обе эти нормы не только не исключают, но скорее дополняют друг друга, проявляясь как вместе, так и независимо друг от друга.

Если отношения между людьми в рамках нормы *ниндзё* пронизаны глубокими личными чувствами и сопереживанием, то содержание *гири* может варьировать. С одной сто-

роны, проявление *гири* может иметь сугубо формальный характер и исключать выражение личного чувства. И в этом случае, скорее всего, можно говорить только о выполнении своего долга. С другой стороны, норма *гири* вполне допускает наполнение долга человеческими чувствами. Тогда норма *ниндзё* как бы «вплетается» в норму *гири*, и они «работают» в тандеме.

Старшее поколение японцев воспринимает единый комплекс норм *гири-ниндзё* как две стороны одной медали, тогда как молодежь видит между ними довольно глубокий водораздел. По-видимому, так оно и есть: *гири* возникает в межличностных отношениях там, где присутствует чувство необходимости и долга, тогда как *ниндзё* возникает только там, где общение пронизано искренним уважением, симпатией, любовью. Японцы часто говорят: «Поскольку чувствую *ниндзё* — соблюдаю *гири*, соблюдая *гири*, вызываю к себе *ниндзё*».

Японцы трактуют норму *гири* следующим образом: *гири* есть обязанность одного человека по отношению к другому. Содержание и интенсивность исполнения данной нормы зависят от социального статуса. Так, например, существует норма *гири* у ребенка по отношению к родителям, у ученика — по отношению к своему учителю, у подчиненного — к начальнику, у должника — к кредитору и т. д.

Человек не может требовать от другого выполнения его обязанностей в рамках нормы *гири* вопреки его желанию. Данная норма сама должна быть сформирована в душе и сознании человека, так как личность, не проявляющая *гири*, рассматривается в Японии как достойная презрения и изгнания из общества. Кроме того, существует и другое восприятие нормы, которое сводится к тому, что к *гири* нельзя принуждать. Тот, кто заставляет другого исполнять свой долг, сам оказывается нарушителем социальных норм. Любой японец, исполняющий долг или принимающий его от другого, является звеном в цепи взаимоотношений в обществе, что служит

лишним свидетельством того, что нормы *гири* пронизывают японскую культуру сверху донизу.

Отношения *гири* в рамках данной нормы постоянны, и, однажды возникнув между двумя людьми, они продолжаются до конца их дней. Это в равной степени касается как бытовых, так и деловых отношений, профессионального взаимодействия. Так, если один японец дружит с другим, то он не будет отказываться от этих отношений в пользу третьего лица, покупатель, пользующийся услугами одного продавца, не пойдет к другому, и т. д.

Обязательства в рамках нормы *гири* являются неотъемлемой частью сознания и традиций японцев.

Гири возникла в эпоху феодализма, в условиях иерархического общества, в котором подчиненный был обязан выполнять свой долг по отношению к господину. Но норма *гири* также распространилась и на отношения вышестоящих по отношению к нижестоящим. Они имели обязательства и покровительствовали тем, кто в них нуждался. По современным понятиям глава фирмы или учреждения нарушает нормы *гири*, если он общается с подчиненными только в рамках профессиональной деятельности. *Гири* требует от руководителя быть в курсе личной жизни своего подчиненного, его семейных дел. В свою очередь подчиненные, как предписывает им норма *гири*, должны без напоминаний и принуждения оказывать своему начальнику услуги в его личных делах.

Японцы, отступающие от выполнения нормы *гири*, теряют свое лицо, их начинают воспринимать в качестве безнравственных личностей, на которых нельзя положиться. В свою очередь «отступники» начинают испытывать чувство стыда, задумываться об ошибочности и недопустимости своего поведения, что в итоге приводит к тому, что чувство долга стимулирует их постоянно заботиться о поддержании морали и нравственности в повседневной жизни.

1.8. Формирование личности в Японии начинается с самого раннего возраста

В отличие от России, где принято считать, что воспитательный и образовательный процесс начинается со школы, где ребенку закладывают основы морали, грамотности и патриотизма, в Японии к формированию личности ребенка приступают уже с детского сада, где он получает первый набор необходимых для жизни правил поведения, первые важные навыки и «обкатывает» в детском коллективе свой первый маленький жизненный опыт. Однако, разумеется, решающая роль в процессе формирования личности японского гражданина отводится школе.

В начальную школу японские родители отдают своих детей в возрасте шести-семи лет, а учебный год в Японии традиционно начинается с 1 апреля. Следует особо отметить, что не только учебный год, но и фискальный год в Японии также стартует 1 апреля, поскольку японцы привыкли к тому, что именно весной начинается новый этап в жизни человека на земле вместе с пробуждением природы, цветением сакуры, первыми порывами теплого весеннего ветра. И никому не хочется нарушать эту жизнеутверждающую традицию, даже ради того чтобы приобщиться к общемировому учебному календарю.

Реформа системы японского образования, проведенная американскими оккупационными властями в первые послевоенные годы, привела к созданию новой структуры школьного образования, в соответствии с которой оно состоит из трех ступеней: начальное — 6 лет (школа 1-й ступени), среднее — 3 года (школа 2-й ступени) и высшее — 3 года (школа 3-й ступени), что в общей сложности составляет 12 лет. Обязательным, однако, является образование только в школах 1-й и 2-й ступеней, т. е. 9-летнее обучение.

Основная масса японских школ — государственные, хотя есть и частные школы. Их не так много в начальном и сред-

нем звене, однако среди школ 3-й ступени, напротив, преобладают негосударственные. Японские родители готовы оплачивать три года учебы в школе высшей ступени из своего кармана, поэтому более 90 % школьников имеют 12-летнюю школьную подготовку.

Процесс обучения в начальной школе построен таким образом, чтобы он имел гибкую и ненавязчивую форму, не отбивал у детей интереса к учебе и к труду. Достичь этого можно, только если перед преподавателями стоит цель — дать общие знания и навыки, способные подготовить учеников к последующему, более ответственному этапу их жизни. В начальной японской школе преподают такие предметы, как арифметика, естествознание, основы истории, родной язык, английский язык, основы труда, музыкальную грамоту и физкультуру. Родной язык и литература изучаются с первого класса, охватывая не только современный, но и исторические аспекты их развития. В школе 2-й ступени среди обязательных дисциплин присутствуют информатика, всеобщая история, история Японии, комплекс естественных наук. Школьникам предлагаются также предметы по выбору, что воспринимается весьма положительно как самими учениками, так и их родителями.

Согласно правилам, установленным министерством образования Японии, каждый ребенок с рождения приписан к определенной районной школе, расположенной в пределах пешей доступности. Занятия начинаются с 8:30, но дети самостоятельно, без сопровождения родителей заблаговременно направляются в школу. Для того чтобы сделать дорогу до школы максимально безопасной для ребенка, родительский комитет по графику организует дежурство на всем маршруте движения детей от дома до школы и обратно. Родители дежурят на пешеходных переходах, останавливают автомобильное движение и помогают детям пересекать улицы на не регулируемых светофорами перекрестках. При

такой организации сопровождения спокойны и дети, и родители, но главное — дети чувствуют всю меру ответственности за свою безопасность и, по сути, добираются от дома до школы самостоятельно, т.е. без сопровождения взрослых «за ручку». В Токио есть специальные дорожки, вымощенные красным кирпичом, где установлены знаки «Здесь идут дети!»: они представляют собой специальные полосы, по которым запрещено ездить даже на велосипедах.

Школьный урок в японской школе продолжается 45 минут, перемены короткие — по 5–10 минут, но в середине дня организован часовой перерыв, необходимый для того, чтобы школьники могли спокойно пообедать. В японских школах вопросам питания учеников уделяется особое внимание. Сама система организации питания заслуживает высокой оценки. Суть ее заключается в том, что диетологи составляют специальное ежедневное меню для каждой возрастной категории учащихся с учетом особенностей их развития, а также умственных и физических нагрузок.

Вместе с тем чиновники министерства образования Японии, разрабатывая многостороннюю программу по формированию здоровой нации, исходят из того, что разработка правильного рациона питания школьников — важная, но сама по себе недостаточная мера для поддержания здоровья подрастающего поколения. Министерство включает в учебные программы специальный предмет «Основы здорового питания», и школьники знакомятся с базовыми понятиями диетологии. Учебник по данной дисциплине составлен в свойственном японцам формате с максимальной наглядностью, что делает его весьма привлекательным и интересным для детей.

В отведенное для приема пищи время школьники сами организуют дежурство по доставке обеда в класс, а также сами распределяют пищу среди одноклассников. Приносить свою еду из дома не разрешается, что дает возможность школам контролировать рацион питания учащихся.

Японские школьники известны во всем мире как одни из самых занятых и трудолюбивых, так как начиная со средней школы они выполняют большой объем домашних и проверочных заданий, тестов. Получение хороших результатов гарантирует им поступление в престижную школу 3-й ступени, а затем — и в элитный университет.

Учебный год состоит из трех триместров: первый длится с апреля по июль, второй — с сентября по декабрь и последний, третий — соответственно, с января до конца марта. Как правило, время каникул используется для подготовки к экзаменам и написания домашних работ. Каникулы для японских школьников — это время, когда они могут погрузиться в учебу и доделать задания, невыполненные в течение семестра. Так же проходят и выходные — за уроками, и на развлечения у японских школьников просто нет свободного времени.

Начиная с седьмого класса японские школьники по нескольку раз в год сдают экзамены, и это время по праву считается одним из самых серьезных периодов в жизни каждого ученика. После окончания 3-й ступени школьники сдают выпускные экзамены, которые оцениваются по 100-балльной системе. Минимальный положительный балл составляет обычно 60, но иногда устанавливаются специальные лимиты, согласно которым некоторые зачеты оцениваются в 90 баллов.

Для подготовки к успешной сдаче выпускных экзаменов японские дети посещают дополнительные образовательные заведения, которые называются *дзюку*. Это платные репетиторские центры, в которых можно выбрать курсы по разным предметам. Сама школа и переполненные классы не гарантируют всем японским школьникам такого высокого уровня знаний, который позволял бы им успешно сдать экзамены. Поэтому практически все школьники посещают дополнительные занятия *дзюку*, при этом возвращаясь домой около 8–9 часов вечера, а затем допоздна выполняют еще и домашние задания. Нет ничего удивительного в том, что в Японии

самый желанный подарок для подростков 12–18 лет и их родителей — это сертификат на посещение курсов *дзюку*.

Родители знают, что чем выше уровень образования в вузе, тем выше его престиж и рейтинг и тем выше требования и проходные баллы на вступительных экзаменах. Как правило, государственные университеты пропускают абитуриентов еще и через систему вступительных экзаменов. Самые высокие проходные баллы при поступлении существуют в Университете Токио и Университете Киото. Это главные университеты Японии, а из частных вузов наиболее престижным считается Университет Кэйо в Токио.

В японских школах большое внимание уделяется не только классной, но и внеклассной работе, что предполагает обязательное посещение различных кружков после окончания учебных занятий. Каждый школьник может выбрать себе кружок по душе, исходя из своих предпочтений и увлечений — будь то спортивный, творческий или кружок рукоделия. Столь напряженный график учебы приводит к тому, что у ребенка практически не остается свободного времени: утром он идет в школу, оттуда в кружок, затем в *дзюку*. Домой ребенок приходит поздно вечером, едва успевает сделать домашнее задание и ложится спать. А завтра — опять все сначала.

Стоит обратить особое внимание на то, что урокам пения в японских школах также уделяется большое внимание. В музыкальных классах собраны дорогие современные инструменты, например электрогитары, бас-гитары, барабанные установки последнего поколения, а в некоторых школах можно увидеть даже звукозаписывающие студии. Усилия учителей направлены на развитие эстетических начал у подрастающего поколения, привитие им музыкального вкуса и выявление талантов. В каждой школе непременно имеются плавательный бассейн, стадион и спортивные площадки, бейсбольные и футбольные поля.

За каждой группой учеников закреплён свой класс, и назначенные дежурные должны следить за уборкой школьных

помещений, коридоров, а также мест общего пользования, так как в японских школах отсутствуют уборщицы. В каждом коллективе учеников обязательно выбирается староста, который следит за порядком. Когда учитель заходит в помещение, староста отдает команду ученикам встать и поздороваться с преподавателем, после чего раздается команда всем сесть.

Учебный процесс полностью находится под контролем министерства образования Японии, которое предлагает школам на выбор несколько вариантов одобренных им учебников. Каждая школа имеет право определить свой вариант.

Школьная форма также является обязательной для ношения, но каждое учебное заведение утверждает свой дизайн формы. Согласно правилам школьного поведения для девушек, особенно в старших классах, строго регламентирована не только верхняя одежда, но также прически, длина ногтей, ношение аксессуаров. Как мальчикам, так и девочкам запрещено распускать волосы и пользоваться декоративной косметикой, не говоря уже пирсинге и татуировках. Длина юбок для девочек в Японии также регламентирована — и в младших, и в старших классах юбка должна быть ниже колен, но многие старшеклассницы, выходя после уроков, быстро подворачивают юбки, укорачивая их длину.

Образование в Японии требует от родителей немалых финансовых затрат. Причем самыми престижными считаются не государственные, а частные школы и вузы, куда приглашаются наиболее квалифицированные и профессиональные педагоги. Сумма оплаты зависит от того, насколько высок рейтинг у данной школы. Японцы следят за такими рейтингами и стараются отдавать своих детей в лучшие учебные заведения — престиж для многих в Японии имеет значение.

В Японии до сих пор есть много школ под названием *га-куэн* с отдельным обучением юношей и девушек, в которых, по аналогии с лицеями, довольно строгие правила поведения, и дети должны беспрекословно подчиняться учителям.

Согласно статистике в Японии 45 % жителей страны получают высшее образование, из них 90 % — это жители городов, что является довольно высоким показателем. Бакалавриат в Японии длится четыре года, последующая за ним магистратура — два года. Токийский университет, Университеты Кэйо или Васэда, занимающие первые строчки рейтинга японских вузов, являются наиболее престижными высшими учебными заведениями страны и составляют японскую «Лигу плюща». Поступление в них считается важным достижением всей жизни японца, так как гарантирует хорошую карьеру и высокооплачиваемую работу.

Японское высшее образование, как в государственных, так и в негосударственных вузах, — платное. Поэтому многие родители сразу же после рождения ребенка начинают откладывать в банке деньги на образование детей, хотя существуют гранты и стипендии, которые несколько смягчают финансовую нагрузку родителей. Бюджетные места в японских вузах отсутствуют. Молодые люди, чьи родители не могут собрать необходимой для поступления в университет суммы, уходят в академический отпуск и зарабатывают деньги, чтобы заплатить за учебу, либо берут кредит в банке.

1.9. Особенности формирования основ коллективистского сознания в Японии

Процесс формирования молодого поколения японцев непременно включает в себя их обучение нормам поведения в обществе, развитие группового, коллективистского сознания. Молодежи исподволь прививаются именно те навыки поведения, которые отвечают интересам группы, частью которой по мере своей социализации они должны становиться. Дело в том, что каждый в Японии является частью той или иной общественной группы. Самой первой и важной группой для любого японца является семья, где ребенок учится пре-

данности и верности, четко усваивая общественную иерархию, различия в социальном статусе старших и младших.

По мере того как молодой японец взрослеет, навыки, полученные в семье, распространяются на другие общественные группы — школу, университет и производственный коллектив. Пребывая в группе, японцы культивируют конформизм, предполагающий следование групповым нормам поведения, «зако-ну стаи». Подросток, нарушающий эти нормы, подвергается ostracism и неизбежно оказывается изгоем в японском обществе, так как групповой конформизм присутствует даже в детских играх. Ребенок, допустивший обман в ходе какой-либо игры, автоматически лишается лояльности со стороны своих друзей и возможности участвовать в играх в дальнейшем.

В японских школах сверстники часто прибегают к воспитательному методу *татаки наоси* (исправление с помощью наказания), когда нарушителя норм внутреннего распорядка исключают из группы или объявляют ему бойкот. Группа, коллектив, к которой принадлежал человек, со временем может меняться, но японец, как правило, остается верен ей до конца. Лицо, переходящее из одной группы в другую, из одной компании в другую, вызывает в Японии по меньшей мере подозрение.

В японской школе каждый учащийся непременно является органической частью группы, в которой все дети находятся в одном возрасте, имеют примерно равное социальное положение, одинаковые интересы. Матери школьников каждой детской группы, подобно своим детям, также устанавливают контакты, тесно общаясь между собой.

По окончании школы, оставаясь преданным своим бывшим школьным друзьям, японец переключает свое внимание на новых товарищей по своему окружению — на сокурсников или коллег по трудовому коллективу, с которыми ему приходится делить уже иные горести и радости. Мнение членов своей группы для японца оказывается решающим. Даже в таком виде спорта, как борьба карате, в котором идет схватка

между двумя спортсменами, мнение группы имеет огромное значение. Наблюдения показывают, что если обучающийся карате иностранец не может усвоить правило подчинения группе, он никогда не станет искусным бойцом в этом виде спорта. В сущности, любая деятельность, любой поступок в Японии — это проявление группового поведения, так как именно в группах протекает трудовая деятельность, организуется досуг, проводятся встречи семьями и т. п.

Следует учитывать, что современная японская молодежь, в отличие от старшего поколения, легче расстается с приобретенными в детстве привычками. В последнее время в молодежной среде развивается так называемый западный комплекс (*гайдзин компрэксу*), т. е. представление о том, что «все западное — лучше». Чаще всего это проявляется в том, что английские слова или даже целые фразы украшают верхнюю одежду юношей и девушек, наносятся на сумки. В ход у молодежи идет все — иностранные изречения, заголовки журнальных статей, а главное — молодым японцам хочется, чтобы все это выглядело эффектно и броско.

Разумеется, японская общественность с неодобрением наблюдает процесс наводнения страны элементами западной поп-культуры, которую часто внедряют молодые японцы, прожившие несколько лет на Западе. Пытаясь противостоять тенденциям разрушения японских традиционных ценностей ориентаций, система воспитания, сопротивляясь этим процессам, продолжает упорно внедрять в молодежное сознание национальные предпочтения.

Примечательно, но, как уже говорилось выше, дети в японских школах сами убирают туалеты и чистят коридоры. Многих российских родителей, вероятно, будет шокировать информация о том, что в японских школах нет уборщиц, что эти и целый ряд других правил, традиционно действующих в японских школах, не имеют аналогов в мире. Это, например, необходимость носить школьную форму единого образ-

ца наряду с одинаковыми портфелями, обувью, шортами, майками и носками. Естественно, во всех школах действует строгий запрет на использование макияжа для девочек.

Какие же задачи ставит министерство образования Японии, устанавливая подобные нормативы? Первым делом усилия школы направляются на формирование и воспитание гармоничной личности, которая в равной степени сочетает в себе любовь и терпение как к умственной, так и к физической работе. В Японии принято считать, что любой труд, в том числе и физический, дан человеку во благо и не может быть унижительным. Именно поэтому даже школу дети убирают самостоятельно: подметают и моют полы и даже чистят туалеты. Их приучают, таким образом, уважать любой труд, формируя трудолюбие. На уборку помещения выделяется специальное время во второй половине дня. Поскольку школьники сами поддерживают чистоту в школе, им и не приходит в голову особенно ее пачкать, они понимают, что тем самым они наказывают самих себя. И как ни странно, именно это школьное правило формирует привычку у детей всегда относиться с особой заботой к чистоте вокруг себя. На улицах городов практически невозможно найти брошенный мусор, так как японцы выбрасывают его только в специально отведенных местах, а если поблизости нет урны, то японец возьмет мусор с собой и выкинет его дома. Школа прививает ребенку заботу о чистоте не только у себя дома, но и далеко за ее пределами.

Необходимость убирать за собой сопровождает японца на протяжении всей жизни. В Японии нет не только уборщиц в школах, но и дворников на улицах. Каждый житель либо владелец помещения каждый день чистит часть тротуара, расположенную вдоль границ его собственности. Рано утром, перед началом работы, многие владельцы или арендаторы наводят чистоту перед собственным участком, так же как и хозяйки подметают перед своим домом. Если же речь идет о многоквартирном доме, то на этот случай существует гра-

фик дежурств каждой квартиры, которая приводит в порядок надлежащий участок в назначенный день. Как минимум два раза в год проводится «субботник» по уборке территории вокруг дома, в котором обязаны участвовать все жильцы независимо от их статуса.

Такие несложные правила жизни, которые прививаются с детства, помогают японцам быстрее адаптироваться ко всем обстоятельствам, в которых они могут оказаться. Также это помогает выработать чувство ответственности.

И самое главное — японская школа воспитывает и помогает учащимся научиться и овладеть всеми премудростями жизни, но никак не «оказывает образовательные услуги», как принято сегодня называть преподавательскую деятельность в России. И многие японские родители общаются со школой, т.е. с тем органом, который воспитывает и формирует их детей, как с организацией, которая не оказывает «услуги», а воспитывает и учит жизни. Японских родителей нельзя ввести в заблуждение на этот счет, так как они четко знают значение школьного образования.

В России, однако, бытует мнение, что школа не есть место для идеологического, в том числе трудового, воспитания, школа должна давать только знания, а на оплату уборщице «скинутся» родители, чтобы их детки «не марали свои ручки». И именно здесь и кроется системная ошибка во взглядах на формирование личности.

1.10. Японцы приучены учиться на протяжении всей своей жизни

Известно, что студенческий период — это не только самое интересное и беззаботное время в жизни молодых людей, но именно тогда — может быть, впервые в жизни — они знакомятся с чувством социальной ответственности за себя, за свою семью, учатся серьезно выполнять свои студенческие

обязанности. Сессия, экзамены, множество рефератов, курсовые и дипломные работы доставляют студентам много хлопот, но они знают, что от их успехов в этот период зависит карьера и будущая жизнь.

В настоящее время свыше 45% всей молодежи Японии после окончания средней школы заинтересованы продолжить свое образование в высших учебных заведениях — частных или государственных. В этой стране высшее образование платное, однако в государственных вузах плата за него невысокая, и в целом оно доступно большинству молодых людей. В частных вузах оплата, как правило, выше, чем в государственных, но зато в них легче поступить. Поддерживая студентов материально, японские банки предоставляют им кредиты на получение образования под низкие процентные ставки. Существуют в Японии и различные фонды, в том числе государственные, которые могут частично оплачивать расходы на обучение одаренным детям. Есть система централизованных порталов, где размещается информация об условиях получения стипендии.

За последние десятилетия в Японии наблюдается устойчивая тенденция снижения рождаемости, что приводит к сокращению числа школьников в школах и студентов — в университетах. Сегодня японские вузы нацелены на пополнение студенческих рядов, в том числе за счет приглашения студентов из-за рубежа. В японских университетах много программ по поддержанию иностранных студентов. Эти программы включают в себя выплату стипендий, покрывающих расходы на обучение, траты на проживание в общежитии и на питание. Талантливые иностранные студенты могут обеспечить себе «безбедное существование», своевременно подав заявки на получение нескольких стипендий.

Получить высшее образование в Японии стоит дорого, но вместе с тем диплом престижного университета почти на 100% гарантирует высокий доход и успешную карьеру в будущем. Поэтому любая японская семья старается отдать

своих детей в самый лучший университет, на который у их ребенка хватит таланта, а у родителей — денег.

Финансовые возможности родителей самым непосредственным образом определяют возможности детей поступить в престижный вуз. Родители из малообеспеченных семей часто не могут позволить себе подготовить детей к поступлению в университет так же хорошо, как обеспеченные родители. Поэтому в Японии постепенно складывается ситуация, при которой качественное образование становится доступным только семьям с высоким уровнем дохода, что невольно усиливает расслоение в обществе.

В японских вузах изучаемые дисциплины разбиты на два основных блока: блок обязательных предметов и блок дисциплин по выбору. И в первом, и во втором блоке много практических занятий, но мало семинарских. Учебный процесс организован таким образом, чтобы студенты не столько вступали бы в дискуссии на занятиях, сколько излагали бы свои мысли в форме различных письменных докладов.

Практически все крупные японские университеты (частные и государственные) имеют соглашения о студенческом обмене с зарубежными высшими учебными заведениями, что позволяет студентам пройти стажировку в течение одного или двух семестров в зарубежном вузе, расширить свой кругозор, углубить свои познания и улучшить знание иностранных языков.

Во всех японских университетах уделяется большое внимание не только учебе, но и тому, как студенты проводят досуг. Каждый вуз предлагает студентам широкие возможности участия в различных кружках начиная от спортивных — верховая езда, стрельба из лука, плавание, бейсбол, футбол и заканчивая кружками журналистики, биологии, кулинарии, астрономии, робототехники, искусства икебаны, чайной церемонии, традиционных японских танцев и музыкальной культуры. Разнообразие кружков прямо пропорционально финансовым возможностям и престижу вуза.

Важную роль в студенческой жизни играет социальная активность студента, которая выражается не только в его участии в различных кружках, но также и в многочисленных общественных мероприятиях, включая национальные праздники — фестивали *мацури*, когда студенты объединяются в группы, ставят торговые палатки *ятай* с традиционной японской едой. Для участия в праздниках собираются жители окрестных районов, студенты из других университетов, родители и просто проходящие мимо люди. Считается, что организация таких мероприятий готовит молодых людей к общественной жизни, укрепляет их социальные связи, повышает уровень их коммуникабельности.

Студенческая жизнь в Японии имеет свои традиции и особенности. Дело в том, что высшее образование там платное и многие японские семьи испытывают немалые финансовые трудности с содержанием своих детей в вузе. Поэтому, как правило, многие студенты одновременно с учебой подрабатывают в различных местах, собирая деньги на учебу, проживание и развлечения. Эта форма подработки в Японии называется *байто* (сокращенное от *арубайто* — «работа»), т. е. работа с почасовой оплатой, не требующая особенной квалификации. Это — официанты, продавцы, грузчики, уборщики мусора, работники на бензозаправочных станциях и т. п. Среднестатистический японец начинает подрабатывать еще учась в школе и потом продолжает эту деятельность в вузе, при этом часто меняя места работы.

Японские университеты, как государственные, так и негосударственные, имеют хорошее современное техническое оснащение, включая проекторы и различную демонстрационную технику, компьютеры и планшеты в рекреационной зоне, богатые библиотеки. Университетские сайты, как правило, представляют собой сложные порталы с личными кабинетами, имеющими множество функций.

После окончания университета перед молодыми людьми встает вопрос о выборе места работы. Поиски хорошей компании и фирмы часто сравнивают с поиском супруга — очень важно найти такого, с кем можно прожить всю жизнь. Студенты стремятся найти высокооплачиваемую и стабильную работу в крупной компании, либо в промышленной, либо в финансовой сфере. Они заинтересованы в том, чтобы получить полный социальный пакет для себя и для своей будущей семьи. Девушки, выбирая работу, ищут себе что-то «женское»: на период до своего замужества они хотят устроиться на должность офисного работника либо, если получится, найти работу по своей специальности. Японские девушки, как правило, не стремятся полностью посвящать себя работе, перед ними стоит другая задача — создать семью и поддерживать семейный очаг.

Большинство японцев в повседневной жизни ориентированы на стабильность, а стабильность в их представлении — это, прежде всего, крепкая семья, в которой муж работает, а жена либо сидит дома и воспитывает детей, либо подрабатывает. Разумеется, в современной Японии многое изменилось в интересах молодых японок. Немало таких, кто стремится сделать карьеру, получить высокооплачиваемую работу.

Однако понятие «карьера» в Японии сегодня не означает процесс самореализации в профессиональном плане, оно является всего лишь синонимом роста по карьерной лестнице внутри выбранной в молодости компании.

1.11. Японцы предпочитают не отказываться от любой возможности искусственно расширять свою территорию

Достижения в области технологии и инженерной мысли на протяжении последних 50 лет дали толчок для строительства в Японии новых разновидностей искусственных остро-

вов. Например, в Токийском заливе еще в 1960-е годы был насыпан огромный остров *Юмэ-но сима* («Остров мечты»), на котором было возведено большое число жилых домов с развитой городской инфраструктурой. В Осацком заливе было построено восемь искусственных островов, общая протяженность береговой линии которых составила 160 км.

Форма и назначение современных искусственных островов в Японии различна: они могут быть использованы для строительства новых жилых районов, промышленных зон, утилизации и переработки отходов, строительства аэропортов и других нужных городских объектов. Япония в этой области имеет интересный опыт сооружения подобных островов с самым разнообразным функционалом.

Первое упоминание об искусственном острове можно найти в японской хронике *Нихон сёки* от 720 года н.э., в которой было зафиксировано желание 33-й императрицы Японии Суйко, правившей с 593 по 628 год н.э., построить насыпной остров у священной горы Сумэру в районе Киото, который она рассматривала как центр буддийского космоса. Именно императрица Суйко в 594 году официально признала буддизм в Японии, пригласив корейских специалистов для воссоздания миниатюрной версии этой горы.

Позднее, в период Хэйан (794–1185), идея создания небольших искусственных островов привела к появлению нового типа японских садов, известных как «японские сады чистой земли». Дело в том, что к середине X века идеи буддизма стали играть доминирующую роль в японском садовом искусстве и именно японский сад стал связываться с образом учения, основанным на возможности спасения души после физической смерти в «чистой земле» Будды Амида. «Чистая земля» (или *дзёдо*, что в переводе с японского означает «рай») расположена в части сада, называемого «Западным раем», оборудованного по канонам буддизма. В саду множество прекрасных павильонов, просторных водоемов с обилием цветущих

лотосов. Души тех, кто удостоился сострадания Будды Ами-ды, обитают среди ароматов цветов под звуки космической музыки. Под влиянием идей амидаизма (буддизма «чистой земли») в Японии сформировался один из первых садовых стилей с ярко выраженной индивидуальностью, в котором обязательно должны присутствовать храм, текущая вода и большие водоемы с насыпными островами. В таких садах японцы молились за переход души в рай.

К сохранившимся образцам японских садов «чистой земли» относится сад буддийского храма Бёдоин в городе Удзи в префектуре Киото. Храм был построен в 998 году и первоначально выполнял функции дома Фудзивара-но-Митинага, одного из наиболее влиятельных членов клана Фудзивара, и только в 1052 году на этом месте Фудзивара-но-Ёримити основал буддийский храм. Сад храма Бёдоин — один из самых красивых из немногих оставшихся в Японии садов «чистой земли». На его территории находится знаменитый «Зал Феникса», или зал Ами-ды (Будда в секте «чистой земли»), построенный в 1053 году членом клана Фудзивара на небольшом насыпном острове Накадзима, первом искусственном в Японии. Этот павильон — единственное оригинальное здание, оставшееся после пожара, возникшего во время гражданской войны в 1336 году. «Зал Феникса» — одно из самых известных строений в Японии, изображенное на современной японской монете достоинством 10 иен. В «Зале Феникса» находится скульптурное изображение Будды Ами-ды, сделанное из японского кипариса. Автор скульптуры Дзётё. Он использовал новый канон пропорций и новую технику резьбы. Размер статуи — три метра от лица до коленей.

Однако потребность в создании искусственных островов в истории Японии не всегда была связана с решением религиозных задач. Японцы строили насыпные острова и в оборонительных целях для защиты своих границ от внешнего нападения. Примером именно такого насыпного острова был не-

большой остров Дэсима в заливе Нагасаки. Его строительство было начато в 1634 году по приказу сёгуна Иэмицу Токугавы, и вначале предполагалось, что он будет удобным местом для торговли и хранения товаров португальских купцов. Однако уже в 1637 году в городе Симабара в префектуре Нагасаки вспыхнуло восстание японских христиан, после чего сёгунат, встревоженный ростом влияния христианства в Японии, решил изгнать всех европейцев из страны. В 1639 году сёгун издал указ об изгнании португальцев из Японии и, соответственно, с искусственного острова Дэсимы. Однако, учитывая помощь голландцев в подавлении Симабарского восстания и тот факт, что они проповедовали кальвинизм, а не католичество и не занимались миссионерской деятельностью, сёгунат разрешил Голландской Ост-Индской компании сохранить торговлю в Нагасаки, используя для этого насыпной остров Дэсима.

Вначале голландское торговое представительство размещалось в порту Хирадо в префектуре Нагасаки, но уже в 1637–1639 годах голландцы стали активно расширять занимаемые ими территории, что встревожило японцев и послужило формальным поводом к их изгнанию на насыпной остров Дэсима. Голландская торговая фактория в порту Хирадо была разрушена, и голландцы были вынуждены перебраться на крохотный и гораздо менее комфортный остров Дэсима, где японские власти легко контролировали все их связи с местным населением.

Для японцев с их островным националистическим менталитетом было важно, что Дэсима является искусственным островом, а значит, иностранцы «не топчут священную японскую землю». Территория острова была маленькой — всего 120 на 75 м, он возвышался над уровнем моря на 1–2 м. На насыпном острове проживало не более 12–15 голландцев, которые менялись раз в год. Остров Дэсима был связан с Нагасаки мостом, который закрывался для передвижения

по нему вечером и охранялся с обеих сторон. На мосту красовался плакат с надписью: «Только для проституток, вход другим женщинам — строго воспрещен». Более того, вокруг Дэсимы были размещены столбы с табличками, запрещающими причаливать к острову. Ни одному японцу не разрешалось останавливаться на ночь на территории острова, но если у японки рождался ребенок от европейца, то японской матери разрешалось жить в доме его отца в качестве кормилицы, ребенок при этом считался японцем.

Деньги на строительство острова Дэсима, которое было начато в 1634 году и завершено в 1636 году, предоставили 25 торговых домов Японии, поддерживавших деловые контакты с европейскими купцами и извлекавших из этого значительные выгоды. На территории острова были сооружены торговые склады, жилые дома для голландцев и даже зал для официальных визитов японских представителей. На острове, кроме постоянной военизированной охраны, присутствовал штат японских чиновников-контролеров, состоящий из смотрителя острова и 50 его помощников, 150 переводчиков. Все они числились на службе Ост-Индской компании и получали от нее зарплату. Голландцы также ежегодно оплачивали аренду Дэсимы серебром, не говоря о том, что с них взымали отдельную плату за потребление питьевой воды, которая доставлялась из Нагасаки. Голландцы могли высаживаться на берег только по специальному разрешению. И лишь в XVIII веке японские власти разрешили голландцам посещать «веселые кварталы» в Нагасаки в районе Маруяма. В условиях политики самоизоляции торговля Голландии с Японией оставалась прибыльной до конца XVIII века. Впоследствии, уже в XX веке, насыпной остров Дэсима, по сути, органически стал частью и одним из районов города Нагасаки.

Примером крупного насыпного острова в Японии можно считать и остров Одайба в Токийском заливе, соединенный Радужным мостом с центром Токио. Остров Одайба, состоя-

ций из шести частей, также возник как искусственное оборонительное сооружение, на котором по приказу сёгуната Токугава в заливе Эдо были размещены артиллерийские батареи. Предполагалось, что остров возьмет на себя функции по отражению иностранного нападения в случае, если произойдет захват Японских островов после визита commodора Перри и его «черных кораблей», что имело место в 1853 году. Однако после реставрации императорской власти Мэйдзи в 1868 году остров потерял свое первоначальное назначение, и четыре его района из шести были реконструированы для обеспечения более свободного прохода кораблей, а оставшиеся две части острова Одайба со временем превратились в развлекательные зоны и жилые кварталы.

Сегодня часть большого острова под названием «Дайба» формально относится только к одному району, входящему в состав столичного района Минато-ку. Название же «О-дайба» обычно используется для идентификации всей совокупности насыпных территорий, включающих в себя кварталы Ариаке и Аоми района Кото и квартал Хигаси-Ясиро — района Синагава.

В 1960–1970-х годах в соответствии с планами мэрии Токио все насыпные части острова, кроме двух, были разрушены, с тем чтобы дать судам возможность свободно проходить в порт. Они были включены в состав портовых сооружений Синагавы и острова Тэннодзу.

В начале 1990-х годов губернатор Токио Сюньити Судзуки приступил к реализации перспективного проекта «Мировой город» по развитию Одайбы в качестве нового фешенебельного жилого района с общей численностью населения 100 тысяч человек. Реконструкцию планировалось завершить весной 1996 года, однако в 1995 году новый губернатор Токио Юкио Аосима отменил дорогостоящий проект и свернул строительство, на которое к тому времени уже было потрачено свыше 1 трлн иен. В результате проведенного

анализа было принято решение о бесперспективности и экономической нецелесообразности продолжения дальнейшего строительства. Уже подготовленные к застройке территории были за бесценок распроданы и сданы в аренду крупнейшим частным девелоперам.

На сегодняшний день территория острова Одайба стала одним из самых привлекательных мест в Токио для жилищного и офисного строительства, а стоимость земли здесь повышается из года в год. Частные корпорации, вовремя приобретшие активы, сейчас со значительной прибылью сдают землю и уже построенные здесь здания в аренду и субаренду.

В конце 1990-х годов район превратился в одно из излюбленных для жителей столицы мест отдыха и развлечений, здесь появились новые отели и торговые центры. На Одайбе расположены одни из самых романтических, по мнению японцев, достопримечательностей Токио. Первое из них — это Радужный мост (Rainbow bridge), который стал визитной карточкой Токио. Второе — парк развлечений «Город Палетт» (Palette town) с самым высоким в мире колесом обозрения. Кроме того, несколько крупных японских компаний, в том числе *Fuji Television*, перенесли на Одайбу свои штаб-квартиры, а в 2002 году здесь открылась железнодорожная линия «Ринкай».

Японцы как жители островной страны всегда испытывали особое восхищение и даже трепет перед островами, независимо от того, имели ли они природное или искусственное происхождение. Для японцев любой остров — это кусочек суши на бескрайних просторах океана, от которой зависит их жизнь. И если учесть, что 70 % территории Японии занимают горы, то оказывается, что все существование японцев проходит на узкой полоске суши вдоль береговой линии, и не удивительно, что они испытывают особый интерес к расширению своей территории, в том числе и за счет строительства насыпных островов.

В 1960-е годы японские архитекторы-авангардисты создали новое направление в строительстве, известное как «метаболизм». Впервые они заявили о себе на Всемирном конгрессе архитекторов 1960 году в Токио, выступив с новой теорией, согласно которой именно «метаболизм» должен был стать новым методом городской застройки. «Метаболизм» (от франц. *metabolisme* — «перемена») пришел на смену функциональному стилю 1930–1940-х годов. Авторы идеи метаболизма — японские архитекторы Кисё Курокава и Кионори Кикутакэ. Они отвергают механистический взгляд на реконструкцию городов, пропагандируемую авторитетами Международного конгресса современной архитектуры (CIAM). «Метаболисты» предлагают рассматривать город как живой организм и учитывать такие его характеристики, как непостоянство стиля, компактность и адаптивность к меняющейся городской обстановке. Авторы стремятся к развитию принципов конструктивизма с учетом концепции «изменяемого пространства». Оптимальная конструктивная основа городских сооружений должна сочетаться с комбинаторикой — вариационными городскими «ячейками», благодаря чему архитектурные композиции приобретают необычный вид.

В 1960–1970-е годы японские архитекторы уделяли особое внимание возможности использовать водное пространство для расширения территории. Они разрабатывали проекты создания «плавающих городов» на воде в заливе Осака, что позднее отчасти было реализовано на практике. Для архитекторов-«метаболистов» центральной креативной темой всегда был океан как площадка для возникновения новой цивилизации. Они критиковали представителей модернизма, обвиняя их в отсутствии связи с изменениями городской жизни, так как сами рассматривали архитектуру как динамичную науку, которая просто обязана быстро реагировать на трансформацию общества.

«Метаболисты» учитывают в своих проектах требования экологии, допускают симбиоз стилей. Знаменитый японский архитектор Кэндзо Тангэ, уроженец города Осака, создал городской проект, который должен был быть сооружен вдоль Тихоокеанского побережья и открывал новую эру «Морской прибрежной цивилизации». Тангэ считал, что акцент на морскую тематику связан с «голубой водной революцией», которая должна положить конец доминированию «цивилизации суши», длившейся более 5 тысяч лет. Огромные водные просторы мирового океана, которые покрывают три четверти планеты, рассматривались им как новые возможности для того, чтобы разгрузить крайне перенаселенные городские мегалополисы, и не только в Японии.

Вдоль побережья залива Осака на небольшом расстоянии от берега сегодня расположились четыре искусственных острова: Сакисима, Юмэсима, Маисима и остров Феникс. Лишь Сакисима был создан как жилой квартал, а остальные три — для иных целей. В центральной части острова Сакисима, известного как «Портовый городок», построено несколько жилых корпусов, в которых проживает около 26 тысяч человек. Посреди искусственного острова протекает искусственная река, по ее берегам растут красивые зеленые насаждения и даже грибы. Спустя 30 лет после окончания строительства острова почва в этом районе стала настолько высокоплодородной, что остров Сакисима показывает пример жизнеспособности созданных «метаболистами» городских пространств.

Выражение «мусорный остров», которое часто используется в отношении острова Сакисима, создает впечатление, что остров построен из картона, старого хлама, бутылок и автомобильных покрышек. Однако это ошибочное прочтение ситуации, так как материалом для возведения острова стал пепел, полученный после сжигания огромного количества мусора. Сам процесс сжигания мусора и его переработки можно наблюдать на предприятии, расположенном на со-

седнем острове Маисима, над которым возвышаются две высокие башни перерабатывающего комбината. Предприятие перерабатывает в день около 900 тонн мусора, собираемого в двух районах Осаки.

Устойчивый к тайфунам и землетрясениям, международный аэропорт Кансай также построен на искусственных островах. На насыпном острове к югу от Нагои в Центральной Японии, в бухте Исэ у города Токонамэ построен аэропорт Тюбу.

«Остров мечты» — искусственный остров в Токийской бухте — также построен полностью из отходов. Остров Рокко — второй по величине искусственный остров в Кобе — тоже является насыпным островом.

Другим районом насыпной застройки стала территория, протянувшаяся вдоль побережья Токийского залива. Этот проект был разработан Кэндзо Тангэ еще в 1960 году. В 1990-е годы ученик Тангэ архитектор Кисё Курокава, один из основателей движения «метаболистов», продолжил линию своего учителя и стал одним из ведущих мастеров японского архитектурного хайтека. В 2006 году японские архитекторы заявили о том, что собираются «вырастить» остров на рифе, расположенном в 1500 км от Токио. Сам коралловый риф называется Окино Торисима и составляет 1,5 км в ширину и 5 км в длину. Риф подходит к крошечным забетонированным островкам Хигасикодзима и Китакодзима (площадью в 1,6 и 6,4 кв. м). Острова медленно уходят под воду, и когда это произойдет полностью, Япония лишится возможности использовать прилегающий участок океана, который сейчас власти Токио по праву считают своими территориальными водами. Японские архитекторы решили укрепить риф, высадив на нем трехсантиметровые ростки молодых кораллов.

Совершенно очевидно, что японцы на протяжении столетий пытаются бороться за приращивание территории своих

островов любыми способами, прилагая немалые усилия для расширения своего жизненного пространства.

1.12. Японцев с детства приучают быть во всем и всегда точными и дисциплинированными

Точность — это важнейшая черта национального характера японцев. Назначив вам встречу на определенное время, японец постарается прийти на место заранее, ни в коем случае не заставляя вас ждать.

Об отношении нации к точности можно судить по точности работы железных дорог. Железные дороги в Японии являются самыми точными в мире, так как средняя задержка любого поезда в любом районе страны не превышает 18 секунд! И японцы живут и работают с такой же точностью и аккуратностью. Так, согласно данным опроса пассажиров на Восточно-Японской железной дороге, проведенного в 2019 году, опоздание сверхскоростных экспрессов серии *Синкансэн*, средняя скорость которых доходит до 300 км в час, составляло в среднем 20 секунд. Обычные поезда и электрички опаздывают в Японии в среднем на 1 минуту. И такой порядок остается неизменным на протяжении десятилетий.

На сегодня Япония — единственная страна в мире, где допустимым опозданием составов на железной дороге считается период времени, равный 60 секундам. В таких европейских странах, как Германия и Швейцария, которые также относятся к «точным» странам, опоздание поездов начинают фиксировать после 5 минут задержки. В Италии и Франции пассажирские поезда могут опаздывать на 15 минут, а в Великобритании — на 20 минут и более. По европейским стандартам в Англии, Франции и Италии точности графиков движения поездов по расписанию придерживаются 90–92 % всех составов.

Желая узнать секреты мастерства японских железнодорожников, в последнее время в страну зачастили их коллеги

из Германии и Швейцарии с целью перенять ценный опыт. Однако пока больших сдвигов в этом направлении не наблюдается, так как по признанию, например, немецких железнодорожников, внедрить японские достижения в европейскую практику пока не представляется возможным. Железнодорожники многих стран мира соревнуются между собой за соблюдение точности в движении пассажирских составов, однако мировое лидерство в этой области начиная еще с 1930-х годов удерживают японцы.

Многие пригородные поезда, соединяющие мегаполис с другими населенными пунктами, и сегодня все еще курсируют по однопутным путям из-за высокой плотности застройки, дефицита земли и экономии средств. При движении по одной колее встречные составы могут разминуться только на станциях, поэтому составление поминутного и посекундного графика движения в таких условиях требует от диспетчеров невероятной точности, а от машинистов — его неукоснительного соблюдения.

Частые землетрясения, сильные муссонные ветры и снегопады, особенно в северо-восточной части страны, объективно вносят свои коррективы в расписание движения поездов. Так, согласно инструкциям по организации движения поездов на японских железных дорогах, как только порывы ветра достигают определенной силы, все составы должны останавливаться на ближайших станциях до тех пор, пока стихия не уляжется. После восстановления движения разводка составов осуществляется диспетчерами «вручную» (*миавасэ*). Это делается до того момента, пока вся движущаяся цепочка не войдет в свой стандартный график.

Привыкшие к комфорту японские пассажиры предъявляют самые высокие требования к точности движения поездов, и любое опоздание вызывает у них сильное раздражение и недовольство, особенно когда имеет место нарушение графика движения. Даже 5-минутное опоздание пригородной

электрички дает японским пассажирам основания высказывать серьезные претензии и буквально атаковать руководство железной дороги, что, надо признать, сильно контрастирует с традиционной японской вежливостью. Японцам трудно себе представить ситуацию с опозданием составов, которые постоянно возникают в Великобритании, когда пассажирские поезда часто вообще отменяются, а вместо них запускают автобусы. Причем руководство английских железных дорог ничуть не смущает тот факт, что пассажиры, направляющиеся, например, в аэропорты, могут опаздывать на самолет, что заранее намеченные деловые встречи могут срываться. И это в условиях, когда в Великобритании нет таких природных катаклизмов, как тайфуны, цунами или землетрясения, которые регулярно происходят в Японии!

Достаточно характерным для японской действительности является случай, описанный ниже. Время действия — середина рабочего дня, место действия — железнодорожная станция в черте небольшого города. Один из ожидающих электричку пассажиров, по внешнему виду похожий на служащего, с нетерпением поглядывает на часы в ожидании прибытия поезда. В этот момент дежурный по станции передает сообщение о том, что по техническим причинам электричка задерживается на 6 минут и что компания приносит свои извинения пассажирам за причиненные им неудобства. Услышав информацию, пассажир начинает сильно нервничать и громко кричать, обращая весь свой гнев на дежурного по станции. Он обвиняет железнодорожников в том, что ему вовремя не сообщили о задержке поезда и лишили возможности воспользоваться услугами такси, чтобы успеть на назначенную встречу. Услышав непривычные для японцев крики возмущения, дежурный по станции выходит из служебного помещения и останавливается на противоположной платформе, точно напротив пассажира. Он снимает форменную фуражку, склоняется в глубоком поклоне

и еще раз извиняется, однако это никак не успокаивает пассажира, который продолжает громко кричать. На шум начинают реагировать другие пассажиры, из окон ближайших домов выглядывают жители, а дежурный по станции продолжает стоять и, выслушивая брань, повторять извинения и кланяться.

И эта сцена длится до тех пор, пока наконец на перроне не показывается задержавшаяся электричка. Дежурный, держа фуражку в руке, продолжает кланяться, пока состав не скрывается из вида, увозя кричавшего пассажира. После этого он надевает фуражку и возвращается на свое рабочее место. Самое удивительное в этой истории заключается в том, что дежурный не обижается на поведение пассажира, считая его действия правильными и законными. Ему просто искренне стыдно лишь за себя, что он невольно оказался в ситуации, которую не смог быстро исправить.

Японцы, с детства приученные к точности, относятся крайне негативно даже к небольшому нарушению графика движения поездов, для них это ЧП. При опоздании, например, скоростного экспресса *Синкансэн* все телеканалы страны сообщают об этой новости бегущей строкой с указанием времени опоздания и места действия. Однако, как только график движения восстанавливается, такая информация также транслируется всеми информационными агентствами страны.

1.13. Японцы дорожат местом, где они родились и выросли

Важной отличительной чертой современной Японии, ее общества, культурного и исторического наследия является то, что единая страна одновременно «разделена» по административному и по географическому признаку. И этот двойственный характер членения единого государства — один формальный, а другой условный — оказывает самое непо-

средственное влияние на формирование непохожих друг на друга типов японцев.

Географически территория Японии состоит из восьми крупных районов, которые являются исторически сложившимися образованиями. Свои названия они получили много веков назад, и это деление никак не связано с современными административными префектурами страны.

Географические районы Японии включают в себя:

- остров Хоккайдо с крупнейшим городом Саппоро;
- Тохоку на севере Хонсю с крупнейшим городом Сэндай;
- Канто на востоке Хонсю с крупнейшими городами Токио и Йокогама;
- Тюбу в центре Хонсю с городами Нагано, Нагоя, Хамамацу и Сидзуока;
- Кансай (другое название — Кинки) — западно-центральный Хонсю, в котором расположены две древние столицы Японии — Нара и Киото и два крупных мегаполиса — Осака и Кобе;
- регион Тюгоку на западе Хонсю с крупнейшими городами Хиросима и Окаяма;
- остров Сикоку с крупнейшими городами Мацуяма и Такамацу;
- остров Кюсю с крупнейшим городом Фукуока.

Важно иметь в виду, что географические районы Японии не имеют административного аппарата управления, так как не являются административными единицами. В учебниках по географии Япония также разделена на восемь регионов, прогноз погоды обычно привязан к регионам, а многие организации включают название региона в свои собственные названия. Например, существует железная дорога *Кинки Ниппон*, банк *Тюгоку*, университет *Тохоку* и т.д. Несмотря на то что в Японии существует восемь судов высшей инстанции, их зоны юрисдикции вообще не соответствуют границам указанных регионов.

В то же время с точки зрения административного деления Япония разбита на 47 административных единиц. Они объединены в систему *тодофукэн*. По этой системе страна состоит из одной столичной префектуры *то* — Токио, одного губернаторства *до* — Хоккайдо, двух городских префектур *фу* — Киото и Осака и 43 префектур *кэн*.

Современная система административного деления страны была введена в самом начале периода Мэйдзи в 1871 году, в результате чего были ликвидированы феодальные *хан*ы и созданы префектуры. Это событие получило название *хайхан тикэн*. В начале количество префектур соответствовало количеству *хан* — свыше 300 единиц. Со временем их сократили до 72, а в 1888 году — до 47. Закон о местной автономии давал префектурам большие властные полномочия.

Среди восьми географических районов японцы выделяют два центральных — Канто и Кансай, которые считаются наиболее престижными и комфортными для жизни. Первый из них занимает восточную часть острова Хонсю, а его города имеют наиболее развитую городскую инфраструктуру. Именно здесь находится столица Японии Токио. Регион включает в свой состав семь префектур. С севера, запада и востока он окружен горами, а с юга — Токийским заливом Тихого океана.

Другим привлекательным районом Японии считается район Кансай, который находится в западно-центральной части Хонсю. В него также входят семь префектур, и здесь расположены города Осака, Кобе и Киото, где сосредоточено множество исторических достопримечательностей Японии. Именно этот регион стал колыбелью многих видов традиционного искусства, в том числе чайной церемонии, икебаны, театров «Кабуки» и «Но», кукольного театра «Дзёрури», традиционной японской кухни, удивительной храмовой архитектуры.

Район Кансай был основными воротами для проникновения на Японские острова китайской цивилизации, идей и материальных предметов, которые попадали в страну через

Внутреннее Японское море (*Сэтонайкай*) и далее распространялись по всей Японии. В городе Нара, бывшей первой столице Японского государства в период с 710 по 784 год, находится «Большой восточный храм» *Тодай-дзи*, считающийся самой древней деревянной постройкой в мире и самой титулованной святыней Нары. К сожалению, он не дошел до наших дней в своем первоначальном виде.

Кроме того, именно город Нара был последней и самой восточной точкой Великого Шелкового пути. Благодаря своему выгодному географическому положению и развитой торговле сложившаяся портовая инфраструктура района Кансай издавна привлекала многих японских и иностранных торговцев.

Таким образом, в Японии, известной своим сильным регионализмом, образовались два четко разграниченных культурных и лингвистических центра — Канто со столицей Токио и Кансай с крупнейшим центром Осакой. Каждый сохраняет свой особый исторический и культурный статус и в наше время.

Жителей этих двух районов отличает не только различный диалект одного и того же японского языка, но и их личные качества. Дело в том, что японский регионализм способствовал формированию целого комплекса качеств характера, присущих жителям каждого конкретного района. Порой даже внешний облик жителей той или иной части Японии различается до такой степени, что приходится удивляться, как все это сочетается в пределах одной японской нации. Неслучайно японские маркетологи проводят исследования, связанные с различными предпочтениями покупателей, проживающих в разных регионах страны, с целью максимального их удовлетворения.

Насколько привычки и традиции жителей разных районов Японии отличаются друг от друга, видно на простом примере. Так, в России при поездке на эскалаторе в метро действуют единые правила — пассажир стоит справа, а проходит слева. Однако в Токио и Осаке поведение пассажиров в подземке раз-

личается: в Осаке в метро пассажир стоит справа, а проходит с левой стороны. Жители же Токио в метро ведут себя иначе — на эскалаторе они стоят слева, а проходят с правой стороны.

Возможное объяснение подобному необычному для одной страны факту связано с различиями в истории развития городов. В Эдо (Токио), который считался городом самураев, японские воины всегда держали правую руку на своем мече и были готовы в любую минуту отразить атаку врага. Именно по этой причине они старались иметь свободное пространство с правой стороны, и это стало их привычкой, о которой они даже не задумывались. Сегодня, находясь на эскалаторе в Токио, пассажиры автоматически становятся слева, тем самым образуя свободное пространство справа.

Напротив, Осака традиционно была городом купцов и торговцев, которые всегда старались ограничить свободный доступ посторонних людей к правой стороне своего тела, где они держали деньги или ценные вещи. Поэтому жители Осаки и сегодня традиционно «охраняют» свою правую сторону. Следовательно, и на эскалаторе они по устоявшейся привычке и сегодня становятся справа, защищая правую сторону и высвобождая левую.

Однако личностные характеристики жителей Японских островов порой различаются не только по регионам, но также и по более мелким географическим единицам. Так, внутри одного и того же района Кансай, жители Киото, например, известны как люди довольно надменные и равнодушные, часто двуличные, и поэтому японцам, а тем более иностранцам, не всегда легко бывает понять, чем «живет и дышит» киотосец, что у него внутри. В противоположность жителям Киото обитатели Осаки — очень открыты и радушны, они теплые и искренние в межличностных отношениях, дружелюбны и жизнерадостны.

Киото, как столица Японии в период сёгуната Муромати в 1338–1573 годах, лидировал в различных областях тради-

ционного японского изобразительного искусства и считался культурным центром страны. Жители Киото всегда ревностно относились к своему внешнему виду, к выбору одежды, придерживаясь модных направлений, а жители Осаки, напротив, старались обращать внимание на изыски японской кухни и вносить свой вклад в эту область повседневной жизни. В регионе Осака была популярна философия *санпо ёси* (в переводе с японского «удовлетворение трех сторон»), т. е. речь шла о том, что в торговом обмене всегда участвовали три стороны — продавец—покупатель—общество, и для японцев было важно, чтобы каждый участник сделки получал бы справедливую выгоду от этих экономических отношений.

Разумеется, различия между жителями районов Кансай и Канто, в первую очередь, определялись историческими предпосылками и особенностями развития этих двух крупных городских агломераций. Киото после утраты статуса столицы Японии в XIX веке испытал большой культурный шок. И несмотря на то что именно он всегда считался колыбелью и хранителем японской традиционной культуры, ревность по отношению к Токио все еще присутствует в отношениях между жителями этих двух крупнейших мегалополисов страны. Так, Токио часто критикуют за введение различных форм стандартизации, которые постепенно нивелируют по районам особенности японской культуры, при этом чаще всего недовольные голоса раздаются из Киото как из традиционного культурного центра Японии.

Важную роль в процессе формирования характеров жителей Токио и Осаки сыграли события Второй мировой войны. После мощных ковровых бомбардировок американской авиацией крупных довоенных центров Японии, включая Осаку и Токио, в ходе которых многие из них были сильно разрушены, США не сразу могли определить цели для атомной бомбардировки. В мае 1945 года президенту США Гарри

Трумэну был представлен список из нескольких японских городов, по которым предполагалось нанести ядерный удар. В «список претендентов» было включено пять городов:

- Киото как символ японской цивилизации и главная бомбардировочная цель ВВС США по причине высокой концентрации здесь военно-промышленного потенциала, в развитии которого принимал участие весь цвет японской научно-технической и культурной интеллигенции;
- Хиросима как важный промышленный центр;
- Йокогама как крупнейший военный порт с развитой инфраструктурой, складами боеприпасов и расположенными на ее территории оборонными предприятиями;
- Ниигата на северо-западе острова Хонсю как крупный военно-морской порт;
- Кокура на севере острова Кюсю по причине наличия на его территории крупнейшего военного арсенала довоенной Японии.

Обращает на себя внимание тот факт, что город Нагасаки изначально в этом американском списке не фигурировал. Американцы считали, что ядерная бомбардировка должна была оказать не столько военный, сколько психологический эффект и заставить японское правительство отказаться от дальнейшей военной борьбы, а заодно показать руководителям СССР новое американское оружие в действии. Киото, который стоял первым в списке на ядерную бомбардировку, спасло чудо: американцы опасались, что японцы никогда бы не простили им уничтожения национальной гордости, колыбели их цивилизации, что крайне усложнило бы характер дальнейших отношений с этой страной. Ведь если бы ядерный удар по этому городу действительно состоялся, то Япония оказалась бы отброшенной в цивилизационном отношении на много веков назад.

Кроме того, Киото избежал ядерного удара еще по одной причине. Военный министр США того времени Генри Льюис Симпсон оказался весьма сентиментальным человеком. В юности этот высокопоставленный военный провел в Киото свой медовый месяц. Он не только знал и ценил красоту и культуру Киото, но также не хотел портить светлые воспоминания о своей юности. В результате в самый последний момент Киото как объект ядерной бомбардировки был заменен на город Нагасаки, и японской культурной жемчужине удалось избежать участи быть уничтоженной для последующих поколений, причем не только японцев, но и многочисленных туристов, приезжающих в древнюю столицу Японии.

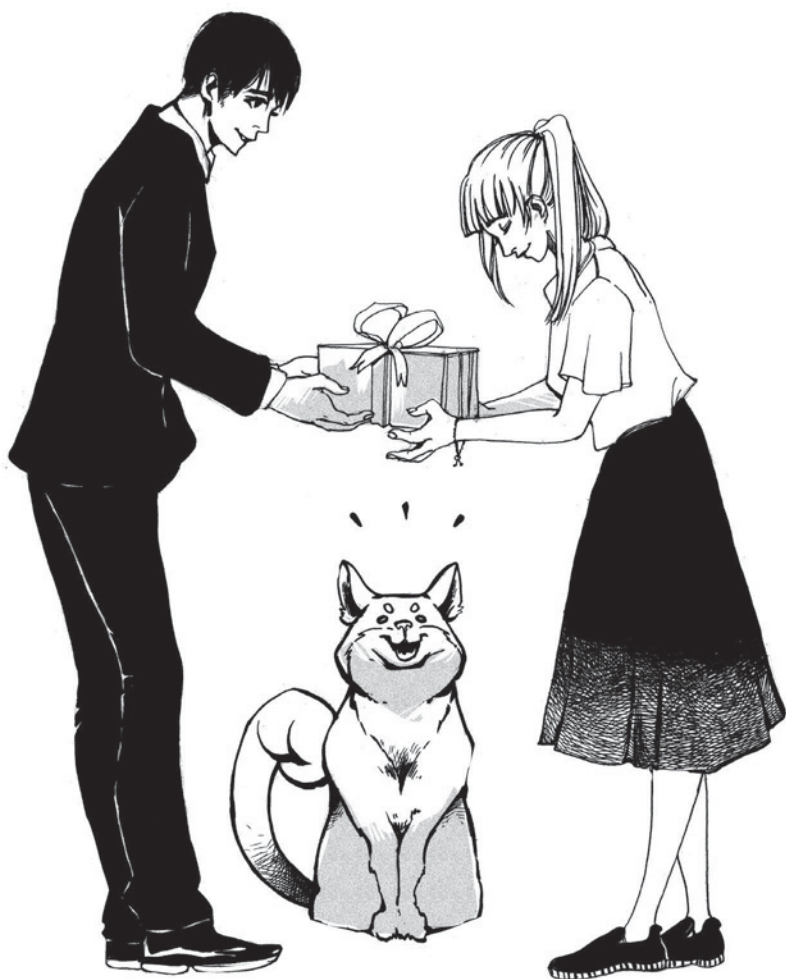
Решительная попытка вернуть району Кансай былое величие была предпринята в 1970 году, когда в окрестностях Осаки была проведена Всемирная выставка «Экспо-70». Кансайское деловое сообщество не скупилось тогда на расходы, придав этому событию поистине всемирный размах. По проекту гениального японского архитектора современности Кэндзо Тангэ на холмах горы Сэнри вырос сказочный город, в облике которого без труда можно было усмотреть черты будущего не только самой Японии, но и всего мира. В преддверии ожидания приезда миллионов посетителей на выставку преобразилась и сама Осака. Была разработана и осуществлена грандиозная и весьма дорогостоящая программа культурной реставрации. Нечто похожее на ренессанс по-японски пережили в то время Киото и Нара.

Международная выставка «Экспо-70» послужила стимулом возрождения культурных традиций в Кансае. В 1977 году в Осаке были открыты Национальный музей искусств и Национальный этнографический музей. В 1979 году компания по производству алкогольных напитков «Сантори» образовала крупную корпорацию «Сантори фаундэйшн» — Фонд поддержки выдающихся достижений в науке и культуре. В 1983 году в Осаке был построен огромный симфонический

зал. Еще год спустя там распахнул двери театр для традиционных кукольных представлений Бунраку. В 1987 году начал работу Центр японских исследований, а в 1990 году здесь была проведена Международная выставка паркового хозяйства и озеленения. В 1992 году в префектуре Хёго прошел национальный театральный фестиваль. Еще год спустя в Кобе была организована выставка «Городские курорты Японии», главной идеей которой было превращение обычных городов в зоны комфортного экологического обитания. Район Кансай, прочно сохраняющий традиционные национальные корни и упорно расширяющий контакты с соседями Японии по АТР, вполне может стать локомотивом японской экономики в будущем.

Вместе с тем, несмотря на остающуюся конкуренцию между различными районами одной страны, это соперничество всегда носило и носит не деструктивный, а созидательный характер. В любом из восьми районов Японии молодое поколение японцев воспитывается, начиная с детского садика, в духе бережного отношения к национальной культуре, ее традициям.

Часть вторая
ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ ЯПОНЦЕВ



2.1. Противоречивое воздействие процесса «интернационализации» на поведение японцев

Современным японцам не чуждо желание общаться с иностранцами как у себя дома, так и в других странах. Сегодня Япония поддерживает отношения со многими государствами. Тысячи японцев работают в иностранных компаниях внутри страны, а также в различных коммерческих структурах за границей. Период заграникомандировок японцев вместе с их семьями, как правило, составляет от двух до пяти лет.

Японская диаспора за рубежом сегодня насчитывает до 3 млн человек. Дети японцев, проживающих за границей, обычно учатся в местных школах, однако некоторые родители считают необходимым направлять своих детей исключительно в японские школы при посольствах, с тем чтобы они не отрывались от привычной японской среды. Такие школы финансируются за счет средств бюджета и фондов крупных японских корпораций.

Однако, несмотря на принимаемые властями меры, чтобы японские дети не слишком отрывались от японского стиля жизни, многие из них все же теряют важные черты нацио-

нального характера. Подростки, вернувшиеся из-за границы на родину, редко владеют искусством каллиграфии, плохо читают на родном языке, слабо разбираются в подлинно японских проблемах. В их поведении обнаруживаются черты и особенности, сформированные под воздействием чужой цивилизации, с которой они сталкивались в детских садах, школах или просто на улице среди сверстников в странах, где они проживали.

Все это не может не вызывать беспокойства японской общественности, и особенно педагогов. Об этом много пишут японские СМИ, данные проблемы поднимаются в японских научных журналах. Ситуация с японской молодежью, теряющей национальные корни, находит понимание у государства. Поэтому в начале XXI века министерство просвещения Японии приняло решение о создании специальных центров адаптации вернувшихся из-за границы детей к японскому образу жизни. Они работают по оригинальным программам, рассчитанным в среднем на полгода. Дело в том, что многие японские дети после возвращения на родину долгое время чувствуют себя иностранцами в своей собственной стране. Они с трудом понимают и усваивают предметы, преподаваемые в японских школах. Кроме того, ситуация усложняется еще и тем, что учителя настойчиво внушают им мысль о том, что нужно как можно быстрее забыть иностранный язык, который стал японскому ребенку почти родным, и по возможности скорее полностью вернуться в японскую атмосферу.

В последнее время во многих японских городах стали организовывать частные школы, где за высокую плату вернувшиеся из-за границы дети обучаются каллиграфии, стилистике и традиционным искусствам.

Сложный процесс адаптации вернувшихся из-за границы японских детей к родной действительности оставляет глубокий след в детской психике, а если к этому еще добавить и негативное отношение со стороны одноклассников и их роди-

телей, то нетрудно себе представить состояние этих молодых японцев. В результате в Японии растет число ребят, называемых «интернационалистами».

Можно выделить две основные модели их поведения после возвращения в Японию.

Первая группа японских детей стремится быстрее сбросить с себя образ «иностранцев» и перевоплотиться в натуральных японцев. Эта часть японской молодежи избегает общения с теми, кто долго жил за границей, надеясь таким образом побыстрее возродить у себя утраченные черты японского национального характера. К этому их призывают и их родители. Нарочитое стремление носить национальную японскую одежду, демонстративное желание следовать нормам японского этикета, использование национальных норм поведения за столом и т. п. — все это направлено на то, чтобы как можно быстрее вернуться в традиционное японское общество.

Другой путь — полная противоположность первому. По сути, речь идет о консервации всего иностранного, того, что японские дети приобрели в период своей жизни за границей. Они демонстрируют нежелание придерживаться национального образа жизни. Наиболее ярко это проявляется в поведении некоторых молодых девушек. Многие из них, усвоив за рубежом манеры, например, американского образа жизни, более раскованного и естественного, начинают сопротивляться нормам поведения, которые требуют от них японские стандарты. К тому же некоторым кажется, что неаппонские методы ведения хозяйства более практичны, и они не хотят от них отказываться. Приверженцы второй линии поведения бравируют навыками и знаниями, приобретенными ими за пределами Японии. Они не стесняются своей экспансивности, настойчивости, изобретательности и делают все возможное, чтобы отличаться и выделяться в своем окружении. Однако люди, с которыми они сталкиваются, не принимают их образ мыслей и манеру поведения и нередко просто игнорируют

«интернационалистов». Японцы смотрят на таких людей и их детей как на иностранцев-аутсайдеров и считают их потерянными для Японии гражданами.

Статистика свидетельствует о том, что ежегодно в Японию из-за границы возвращаются около 3 тысяч детей. Хотя эта величина и составляет небольшой процент от общего числа японских школьников, тем не менее общественность и министерство образования Японии обращают серьезное внимание на организацию для таких детей различных воспитательных программ с целью их скорейшей адаптации к условиям жизни в Японии, не желая «сбрасывать их с японского корабля».

Не следует забывать о том, что японский школьник уделяет гораздо больше времени и сил на изучение родного языка и письменности, состоящей из тысяч иероглифов, чем его сверстники на Западе. Требуется много часов упорного труда, чтобы научиться писать иероглифы и запоминать их, так как некоторые из них состоят из двадцати четырех отдельных элементов!

Впрочем, существует еще один языковой секрет, а именно: это стремление японцев к «шлифованию» своего языка начиная от систематического его совершенствования и повторения иероглифов и заканчивая грамматикой и орфографией. Заучивание текстов наизусть, шлифовка формы через копирование и многократное повторение — вот основной метод обучения японскому языку, свойственный японцам и отличающий их от других народов.

В японском языке существует иероглиф *до*, что означает «путь», «дорога» — понятие, включающее в себя глубокий философский смысл. Этот иероглиф используют как для описания боевых искусств, так и икебаны или чайной церемонии, и он предполагает процесс овладения искусством в совершенстве. Такой путь в сознании японцев практически не имеет конца, человек может оттачивать свои навыки

на протяжении всей жизни, осознавая, что он никогда не сможет достичь всех высот в своем деле. Стремление японцев учиться и учиться настойчиво заложено в основе национального характера. Оно определяет главные особенности их поведения в повседневной жизни.

Японки, например, с завидным упорством тренируются в искусстве каллиграфии или чайной церемонии, но делают они это не только ради удовольствия. Скорее они проходят процесс самосовершенствования, имеющий начало, но не имеющий конца. Овладение искусством чайной церемонии, отточенные навыки приготовления чая могут им пригодиться в семейной жизни, для того чтобы стать хорошей хозяйкой. Любой вид японского традиционного искусства, которым начинают заниматься японцы, всегда требует самоотдачи и преданности для продвижения по «пути» совершенствования.

Именно этим основным философским категориям и пытаются обучить педагоги детей, рожденных и воспитанных за рубежом.

2.2. Поразительная способность японцев улаживать конфликтные ситуации

В Японии обращение к юристам или в суды для разрешения споров и конфликтных ситуаций происходит гораздо реже, чем во многих европейских странах. Это обусловлено тем, что в японских национальных традициях урегулировать проблемы и конфликты следует не юридическими, а договорными способами. Дело в том, что правовая система Японии исходит из необходимости соблюдения нормы *гири* — долга перед обществом и опирается на этические правила. Поэтому большинство японцев предпочитает не прибегать к юридическим, т.е. правовым, нормам, а руководствоваться этическими, моральными. Японцы уверены, что от закона лучше

держаться подальше, особенно резко негативное отношение к закону сохраняется в провинции.

Наиболее ярко и наглядно такие взгляды проявляются в области гражданского и семейного права. Несмотря на то что японское гражданское право регулирует исполнение обязательств так же, как в любой западноевропейской стране, в реальной жизни такое нормотворчество, по сути, не осуществляется. Перед законом «старший» и «младший», если они подписывают мировое соглашение, — равны, ибо обе стороны должны соблюдать все пункты соглашения. Однако в жизни нередко получается так, что свои обязательства неукоснительно должен соблюдать тот, кто стоит ниже по иерархии. От вышестоящего по социальной лестнице японцы вправе ожидать лишь уважительного к себе отношения.

Юристы из западных стран, изучающие особенности судопроизводства в Японии, бывают порой просто поражены тем, как мало в японских судах рассматривается гражданских дел по сравнению с тем, что имеет место на Западе. Например, если в Японии гражданин по чьей-то вине терпит убытки, он реагирует на ситуацию совершенно не так, как это себе представляют европейцы. Обращение в суд с требованием возместить убытки рассматривается японцами как вымогательство, поэтому они стараются воздерживаться от таких крайних, на их взгляд, действий. К тому же японцы не любят менять характер сложившихся с кем-либо отношений, а вмешательство суда не оставляет возможности в дальнейшем продолжать общение. Кроме того, судебное разбирательство в их глазах наносит урон престижу обеих сторон, они теряют свое лицо. Поэтому японцы стараются не обращаться в суд и решать конфликтные вопросы полюбовно.

Следует иметь в виду, что японцы по своему характеру психологически достаточно «закаленные», устойчивые люди и привыкли стойко переносить любые превратности судьбы.

Личные ущемления прав или материальные потери воспринимаются японцами удивительно спокойно, философски. Привыкшие с детства видеть опустошительные последствия тайфунов, землетрясений и других стихийных бедствий, японцы с покорностью и фатализмом переносят любые житейские невзгоды и неприятности, рассматривая их как нечто неизбежное — *сиката-га най*. Японцы подчиняются жизненным обстоятельствам, и если для облегчения их участи перед ними встает вопрос о необходимости обратиться в суд, то далеко не каждый на это пойдет.

В этом сказывается рациональность мышления японцев — ведь судебная тяжба требует от обеих сторон значительных затрат, поэтому отказ пострадавшего от своего права возбуждать судебное дело — обычное явление в Японии. И если виновник повинится перед пострадавшим, конфликт разрешается автоматически, как бы сам собой. Если же кто-либо понес материальные убытки, например в результате дорожного происшествия, и виновный предлагает денежную компенсацию, впрочем, далеко не всегда соответствующую нанесенному ущербу, то пострадавший обычно идет навстречу и принимает эти условия. Он расценивает такое предложение не иначе как раскаяние и искреннее желание как-то загладить ситуацию и возместить ущерб. И часто этого бывает достаточно. Нередко потерпевший отказывается от компенсации, если понимает, что ущерб нанесен по неосмотрительности, без злого умысла. Если же виновник происшествия компенсации не предлагает, то и здесь потерпевший не сразу воспользуется своим правом обратиться в суд. Он найдет посредника, который в его интересах попытается разобраться в ситуации и решить конфликт мирным путем. Как правило, таким посредником обычно становится лицо, пользующееся общественным авторитетом, и мнения такого лица часто бывает достаточно для примирения сторон. В целом нормы поведения японцев учитывают не столько

юридические основания, сколько сложившиеся в обществе психологические установки.

Сегодня становится очевидным, что европейские правовые нормы все больше внедряются в массовое сознание японской общественности. Однако из этого было бы преждевременно делать вывод о том, что японцы готовы отказаться от своих традиционных взглядов на закон и право и перенять европейские нормы в своей правоприменительной практике. Слишком укоренившимися оказались японские взгляды на улаживание споров и конфликтов в национальной психологии, чрезмерно сильно проникнув во все поры японской этики.

2.3. Строгое соблюдение этических норм в повседневной жизни

Японская этика представляет собой синтез традиционных воззрений по вопросам морали и нравственности, сотканных из идеалов конфуцианства, буддизма и в известной мере — христианства. Этот симбиоз заложен в массовом сознании японцев в форме специфической философской доктрины *до* — «путь». По японским понятиям, истинный «путь» человека включает в себя такие категории, как любовь к родителям, уважение к старшим, соблюдение системы ритуалов. Согласно японской традиции каждый человек должен знать свой «путь» и твердо стоять на нем. В этом состоит его жизненное предназначение.

Японцы различают пять видов отношений с окружающим миром: отношения между родителями и детьми, между вышестоящим и нижестоящим, между супругами, между братьями, между друзьями. Родителей и детей должны связывать прочные и искренние чувства, в основе которых — почитание и уважение детьми своих родителей. Предназначение детей заключается в том, чтобы не противиться воле родителей и не огорчать их.

Отношения между вышестоящим и нижестоящим на службе регулируются по вертикали: подчиненный, исполняя свои обязанности, не ставит это себе в особую заслугу, а вышестоящий, со своей стороны, обязан заботиться о нижестоящих.

Отношения между супругами упорядочиваются особыми формами этики, согласно которым муж занимается делами вне дома и зарабатывает деньги на содержание семьи, жена же заботится о семье и домашнем очаге. Муж «наставляет» жену по жизни, дает ей практические советы, жена, в свою очередь, почитает и уважает мужа, заботится о нем и о детях, выполняет все функции по поддержанию жизнеобеспечения своей семьи.

Старшие братья опекают младших и руководят ими, а младшие братья слушаются и подчиняются старшим, проявляя при этом почтительность. По Гражданскому кодексу 1948 года статус старшего брата как наследника изменился, все члены семьи имеют равные права на наследование имущества. Однако по неписаным этическим нормам старший брат все еще имеет больше преимуществ перед младшим.

Формат отношений с друзьями предусматривает полную искренность, доверие и поддержку во всех жизненных ситуациях.

Конфуцианский закон «пяти постоянств» и правила «пяти отношений», неизменно внедрявшиеся в систему поведения японцев в прошлом, оставили глубокий след в массовом сознании и сегодня, отложившись в виде специфических установок. Среди них особое место занимает чувство благодарности за поддержку или услугу, которое у японцев выражается нормой *он*.

Он — это чувство детей к своим родителям, которые вырастили и поставили их на ноги, к учителям, которые их обучили, и т. п. Как следствие японец стремится проявить ответную благодарность, оказать конкретную услугу или материальную поддержку и т. д.

Нормы *он* присутствуют во всех сферах японского общества. С этим, правда, не согласны критики соблюдения данной нормы. Они считают, что, действуя таким образом, японец сдерживает инициативу, связывает себя мелочными реверансами и обременительными обязательствами, доставляя окружающим слишком много хлопот. Однако и сегодня японцы не могут легко отказаться в повседневной жизни от важной этической нормы *он*.

И хотя выражение чувств благодарности распространяется в современном японском обществе главным образом на область межличностных отношений, оно также может охватывать и такие сферы, как экономика и управление. Например, норма *он* в рыночной экономике Японии регулирует нестандартные для нее отношения между крупными и мелкими фирмами. Представим себе, например, что мелкая фирма, поставляющая определенные товары или детали крупной корпорации, оказалась в сложной финансовой ситуации, которая может грозить ей банкротством. Крупная фирма, в соответствии с нормой *он*, чувствует необходимость помочь мелкой фирме и предпринимает шаги для спасения младшего партнера, что соответствует действию этического «закона отношений с друзьями». Правда, нередко случаи использования нормы *он* в корыстных целях, когда, например, крупная фирма будет рассматривать младшего партнера в качестве своего вечного должника.

В сфере политики этика отношений предполагает подчинение нижестоящего вышестоящему. Вместе с тем вышестоящему вменяется в обязанность принимать дань уважения от нижестоящего, а подобное одностороннее почитание личности всегда вносило в такие отношения оттенок подбострастия и раболепия. С другой стороны, активное проникновение норм *он* в отношения по вертикали благоприятно сказывалось на системе управления, поскольку сглаживало возникающие в общении начальника с подчиненным конфликты.

Концепция нормы *он* предписывала начальнику быть с подчиненным любезным, внимательным и даже почтительным. Подчиненный, столкнувшись с мягкостью босса, сдерживает периодически возникающее у него недовольство даже в острых ситуациях.

Известную позитивную роль в гармонизации всех этих отношений, а также в иных сферах поведения играют моральные принципы *хадзи* и *цуми*. *Хадзи* японцы трактуют как проявление скромности, стеснительности, стыдливости. Ими пропитана вся их повседневная жизнь. Считается, что абсолютное большинство японцев придерживается принципа *хадзи*. Если японец нарушает установленные порядки, он переживает *цуми* (чувство вины).

Каждая нация имеет свои социально-психологические нормы для поддержания здорового климата в обществе, и Япония со своими специфическими, только ей свойственными общенациональными этическими нормами не является в этом ряду исключением.

2.4. *Осибори* как очередное японское изобретение, доставляющее человеку приятные ощущения и приносящее ему гигиеническую пользу

Передвигаясь порой целый день по городу или работая в офисе, японцы ощущают потребность очистить загрязненные руки и лицо, которые сильно пачкаются в условиях большого города. В японских кафе и ресторанах, как только посетитель садится за стол, ему подают *осибори* — небольшое влажное полотенце, которое зимой обычно приносят подогретым, а летом — охлажденным. Зимой *осибори* приятно согревает лицо и руки, а летом освежает и помогает быстро сбросить усталость. Поэтому в зависимости от сезона японцы опускают салфетки в горячую воду, пропаривают их, чтобы нагреть, или, наоборот, — держат в холодильнике, чтобы охладить. Ресторан-

ны закупают специальное оборудование для того, чтобы подавать посетителям влажные *осибори* по сезону.

Осибори изготавливаются из хлопчатобумажной гигроскопичной или из тонкой махровой ткани, их легко намочить в воде, а потом отжать. *Осибори* подают посетителям на специальной подставке, чаще всего — лаковой, в скрученном или сложенном виде.

Помимо *осибори* многоразового использования бывают также одноразовые, сделанные из бумаги и смоченные стерилизующим раствором с использованием медицинского спирта. В отличие от тканевого *осибори*, бумажная салфетка складывается в несколько раз и подается в герметичной пластиковой упаковке. *Осибори* может также подаваться с различными *бэнто* (коробочками с едой) или предлагаться бесплатно при его покупке вместе с палочками *о-хаси*. *Осибори* также выдают пассажирам на большинстве рейсов японских авиакомпаний. Японская JAL, например, впервые ввела это правило на своих рейсах еще в 1959 году.

В крупных японских ресторанах и кафе, где *осибори* используют в больших количествах, администрация заведения чаще всего не подготавливает их самостоятельно, а арендует в специальном «*осибори*-сервисе», где салфетки стираются, скручиваются и доставляются уже влажными. Обычно такие *осибори* упакованы в запечатанные стерильные полиэтиленовые пакеты с надрезами, чтобы их легко можно было вскрыть. В среднем каждую салфетку *осибори* японцы используют не более 25 раз, после чего их отдают на переработку.

Очевидно, что предложение воспользоваться салфетками *осибори* является одним из элементов проявления хорошо известного в мире японского гостеприимства по отношению к гостям. Их подают во всех без исключения японских заведениях общепита. Неплохо было бы перенять эту японскую традицию тем российским ресторанам и кафе, которые заботятся о своих клиентах, с целью повышения качества обслуживания.

2.5. Потребность японцев обмениваться подарками

В повседневной жизни японцев обмен подарками имеет большое значение. Эта процедура выполняет важную функциональную роль «смазки» в межличностных отношениях. Каждый раз, посылая или передавая подарки своим родственникам или знакомым, японец старается напомнить о себе и выразить свое почтение и благодарность. Однако было бы ошибочным при этом полагать, что процесс обмена подарками носит бессистемный и хаотичный характер. Напротив, он четко регламентирован во времени и ценовых категориях, которые должны строго соответствовать социальному статусу дарителя и одариваемого, а также отвечать поводу преподношения.

Ритуал обмена подарками в Японии весьма своеобразен и предопределен действием ряда факторов, включая даже такие, как небольшие размеры квартир большинства жителей Японских островов. Поэтому японцы стараются обмениваться чем-то практичным, что может быть использовано в хозяйстве, а не будет просто пылиться в доме, где и так мало свободного места. Исходя из этих соображений предпочтение отдается продуктам питания, напиткам или подарочным сертификатам с различным номиналом. Получатель подарка непременно должен отблагодарить дарящего либо послав ему открытку, либо ответным подарком. Даже соседи никогда не заходят друг к другу с пустыми руками, и нередко случается так, что тарелка, на которой однажды они занесли пирожное, может быть возвращена владельцу, наполненная другими сладостями.

Японцы получают удовольствие от процесса дарения подарков, особенно в середине лета или в конце года. Летний сезон подарков называется *о-тюэн*, а зимний — *о-сэйбо*. Все в это время года ломают головы, лихорадочно соображая, кому следует отправить подарки. Рождество и прочие праздники

носят более интимный характер. А вот дарение в середине лета и в конце года — это общественная обязанность, своего рода долг, и потому доставляет много хлопот дарящему.

В прошлом японцы приносили свои подарки, неожиданно появляясь на пороге дома, и вручали их с низким поклоном. Сейчас подарки отправляют через службу доставки универмагов с выражением благодарности профессорам, учителям, врачам и своим непосредственным начальникам. Конечно же, все это требует немалых усилий, времени и денег.

Иностранцам в Японии следует учитывать ряд рекомендаций по поводу преподношения подарков. Существует масса требований, которым эта церемония соответствует. Так, вначале нужно позаботиться о форме и содержании подарка, который не должен быть слишком личным. Другими словами, подарок не может свидетельствовать о чрезмерном знании дарящим вкусов и личной жизни одариваемого (это может быть воспринято как проникновение в личное пространство), но в то же время желательно, чтобы даритель учитывал индивидуальность одариваемого, особенно когда подарками обмениваются чиновники в целях поддержания деловых контактов.

Подарок не может быть слишком модным или чересчур затейливым и оригинальным, т. е. выходящим «из ряда вон». Главное — он должен быть практичным и полезным, пригодным на все случаи жизни. Поэтому японцы предпочитают дарить, как уже упоминалось, продукты питания — сушеные морепродукты, свежие креветки, чай, лапшу, растительное масло, вино, пиво, бренди, а также особые сорта фруктов или овощей.

В периоды *о-тюэн* и *о-сэйбо* в универмагах под продажу подарков отводят целые этажи. Покупатели переходят от одной витрины к другой, а выбрав подарок, ожидают очереди, чтобы оформить заказ на доставку. Ключевым моментом в этом процессе является упаковка и оформление подарка.

Недопустимо отказаться принять подарок, даже если он решительно вам не нужен, так как норма вежливости подразумевает, что японец чувствует себя обязанным за услугу и считает своим долгом выразить за это свою признательность.

Череда обмена подарками создает некую социальную паутину, которая окутывает все японское общество, гармонизирует отношения в нем, поддерживает его жизнедеятельность. И если попытаться «убрать» этот важный элемент из жизни нации, то, вероятно, может произойти серьезный сбой в межличностных отношениях японцев, нарушится общественная гармония.

Таким образом, в сознании многих японцев обмен подарками означает способ выражения их благодарности своему окружению. Надо заметить, что желание отблагодарить ближнего традиционно считалось важным для различных народов, и в этом смысле Япония никогда не была исключением. Однако в современном мире данное понятие постепенно стало терять свое изначальное предназначение. В условиях повышенной динамичности жизни, перенасыщенности ее различными событиями многие не хотят обременять себя «архаичными обязательствами». Японская же нация, в отличие от других народов мира, пока еще пытается бороться за сохранение традиций в самых разных сферах жизни, в том числе и в вопросах выражения благодарности.

2.6. Необходимость поддерживать гармоничные и доброжелательные межличностные отношения, а также оставаться благосклонно расположенным к животным и неодушевленным предметам

Важную роль в жизни японцев играет их отношение к предкам, их почитание и уважение. В японском обществе считается, что смерть одного из родственников не означа-

ет, что он автоматически ушел «с концами» на небеса, если даже он и умер много-много лет назад. Время, по истечении которого усопший становится для японца предком, может занимать до 50 лет! После того как родственник уходит в мир иной, он становится объектом особого внимания со стороны близких. В доме устанавливается небольшой алтарь в виде элегантного шкафчика с дверцами, с утра родные подходят и кланяются ему, зажигают свечку и ставят фрукты или другие деликатесы, которыми сами угощаются. Другими словами, у японцев таким образом сохраняется связь между живыми и ушедшими, проводятся обряды, позволяющие очистить его душу и способствующие его переходу из простых усопших в разряд «предков».

Именно в процессе проведения различных ритуальных церемоний почитания культа предков японцы создают ту прочную конструкцию, которая связывает воедино целую семью, весь род, соединяет прошлое, настоящее и будущее.

Выражение чувств благодарности и признательности, которые являются естественными элементами жизни японцев, находит свое воплощение не только в поступках, но также и в языке. Японцы при встрече часто произносят фразу: *О-гэнки дэсу ка?* («Вы хорошо себя чувствуете?»), на что собеседник отвечает: *Хай, Окагэсама дэ, гэнки дэсу* («Да, спасибо! Здоров, Вашими молитвами»). Анализ этой фразы показывает чувство сильной взаимосвязи между японцами, выражающейся в стремлении быть всегда благодарным своему окружению. Именно потребность постоянно проявлять благодарность и признательность создает в японском обществе особую атмосферу во взаимоотношениях всех его членов.

Выражение благодарности можно увидеть также и в методике психотерапии, известной в Японии как *найкан* и направленной на излечение различных заболеваний. Японский метод самопознания человека *найкан* основан на интроспекции, т. е. на исследовании, анализе и познании собственной жизни,

включая мысли, образы, чувства, действия и переживания. Само понятие *найкан* переводится с японского как «взгляд вовнутрь», «рассмотрение себя изнутри».

Основатель данного метода, японский врач Исин Ёсимо-то, утверждает, что «опыт жизни любого человека основан не на количестве прожитых лет, а на том, чему мы в своей жизни уделяли больше всего внимания». Иными словами, *найкан* опирается на идею, что наше существование является постоянно действующим фактором и поддерживается внешними силами. При этом жизнь человека воспринимается большинством людей как само собой разумеющаяся, как заданная величина, и зачастую мы вообще не осознаем вклад других в нашу собственную повседневность. Поэтому, когда человек испытывает состояние депрессии или чувствует дискомфорт от контактов с окружающими, метод *найкан* помогает проанализировать ситуацию и взглянуть на проблему с иного ракурса.

Применение метода *найкан* пробуждает у человека чувство благодарности к миру, к окружающим людям, к происходящим событиям и явлениям. При этом у человека появляется осознание того, как много даров для нас ежедневно приготовлено в этом мире. Для осознания постоянной заботы окружающего мира о нас, согласно методу *найкан*, необходимо лишь направить наш взор вовнутрь себя.

Практику *найкан* можно использовать по-разному. Одним из наиболее распространенных у японцев способов считается тот, когда каждый вечер они посвящают ей несколько минут, анализируя прошедший день и отвечая себе на три вопроса:

- 1) Что я сегодня получил от других?
- 2) Что я сегодня дал другим?
- 3) Какие проблемы и неудобства своими поступками я вызвал у других?

Метод *найкан*, по мнению его создателя, позволяет человеку открыть невидимую сторону его жизни, которая сокры-

та в его сердце и душе, и тем самым облегчить психологическое состояние и улучшить отношения с окружающими. Ведь жизнь каждого человека происходит не сама по себе, а благодаря поддержке других людей, и японцы никогда не позволяют себе думать о том, что они «сделали» себя сами, без помощи своего окружения. Скорее наоборот, их поведение всегда пронизано осознанием того, что они живы лишь потому, что о них кто-то позаботился в молодости и вложил в них свои знания и силы. Это чувство всегда поддерживает человека и стимулирует его движение вперед.

Гармоничность в повседневном поведении японцев проявляется и в том, что они испытывают особый пиетет по отношению к животным и неодушевленным предметам. У японцев существует немало удивительных, в представлении европейцев, традиций, которые они прочно хранят в своей памяти и почитают. Так, в японском языке есть слово *куё*, что переводится как «заупокойная служба». Но дело в том, что японцы проводят *куё* не только в отношении людей и еще не рожденных детей, но также и в отношении животных и даже неодушевленных предметов. И делается это для того, чтобы выразить им свою благодарность и признательность. Заупокойные службы могут быть посвящены не только религиозным предметам, как, например, домашним алтарям *буцудан* или четкам (лента, замкнутая в кольцо, на которую нанизаны бусины), но также и обычным иглам, палочкам для еды, расческам, куклам, часам, личным печатям *ханко*, ножам, туфлям, ножницам и даже полупроводникам, вышедшим из строя! Через подобные церемонии японцы выражают свою благодарность и признательность тем предметам повседневного обихода, которые служили им верой и правдой и были частью их жизни, однако исчерпали свой ресурс и более не могут выполнять свои функции. Зачастую такие церемонии превращаются в праздник, на который собираются все заинтересованные лица.

Например, ежегодно 8 февраля во многих храмах района Канто (куда входит Токио и его окрестности) проходит ритуал *хари куё* — заупокойная служба для иголок. В этот день иголки и булавки, которыми японцы пользовались целый год, получают благодарность за верную службу. Прихожане вонзают их в мягкий, шелковистый и любимый всеми соевый творог *тофу*. До начала XX века *хари куё* было принято проводить дома, так как в те времена главным занятием женщины было шитье, а иголка была в доме кормилицей. Поэтому женщины молились о том, чтобы их шитье было искусным и красивым, и благодарили все иголки, а сломанные не выкидывали, а относили в храм «на упокой». В день праздника было положено вынуть иголки из швейных машинок и не заниматься шитьем. Говорят, что в храмы в этот день приходили не только швеи, но и медсестры. Они благодарили свои медицинские иглы, которые спасали жизни многим пациентам. В церемонии «участвовали» также иглы, используемые для акупунктуры или для нанесения тату.

Дело в том, что японцы уверены, что у каждого предмета, даже самого обычного, есть своя душа, и в ходе *куё* у них принято прославлять присутствие божественного начала во всем, что японцы видят и к чему прикасаются. У японских ремесленников существует традиция очищения инструментов, которыми они пользуются в своей работе. Они поливают вином свои ножницы, резцы и ножи, как бы «очищая» живущую в них душу.

Обряд *куё* в отношении предметов проходит либо в форме специальной церемонии, либо путем установки мемориального камня с надписью, выполненной искусным мастером. Например, в парке Уэно рядом с храмом Бэнтэндо можно найти несколько памятников, посвященных различным предметам. В 1949 году по просьбе актеров театра «Кабуки» был сооружен памятник, посвященный складным веерам, а в 1951 году группа музыкантов заказала памятник в честь музыкальных

струн. В 1968 году ассоциация специалистов, занимающаяся оптикой и производством оправ, воздвигла впечатляющее сооружение, призванное запечатлеть в камне оправу очков. Каждую весну около этого памятника японцы проводят церемонию *куё*. В синтоистском храме Хиэ в Токио священники ежегодно организуют заупокойную службу в честь палочек для еды *о-хаси*.

История появления ритуала *куё* в благодарность различным неодушевленным предметам насчитывает в Японии столетия и достаточно любопытна по своему происхождению. Первые заупокойные службы появились еще в период Эдо (1603–1868) и проводились они в честь иголок — *хари куё*, а также кисточек для каллиграфии — *фудэ куё*. Во второй половине XX века возникли новые объекты для почитания *куё*, связанные с успехами японского экономического чуда и, как правило, инициированные различными профессиональными ассоциациями. В настоящее время ежегодный календарь *куё* в Японии включает в себя 283 повода для почитания, когда «заупокойные службы» проводятся в честь различных предметов, профессиональных инструментов, изобретений и даже частей тела. К последним можно отнести День зуба, День собы (японская лапша), День лифта, День уха и т.п. Некоторые *куё* широко отмечаются в японском обществе, но есть и такие, которые известны исключительно в узких кругах профессионалов.

Стоит отметить специальную заупокойную службу в память животных, чьи жизни были отданы научным экспериментам, — *добуцу дзиккэн куё*. Так, на фармацевтическом факультете одного из токийских университетов дважды в год проводится церемония, посвященная памяти погибших животных. В этот день все сотрудники факультета в белых халатах собираются во дворе под тенью дерева около импровизированного алтаря с подношениями в виде бананов и апельсинов. На церемонии нет священнослужителей, но глава под-

разделения выступает с короткой речью, затем зачитывает длинный свиток, включающий точный список всех убитых животных (400 морских свинок, 22 обезьяны, 700 мышей и т.д.). На церемонии присутствуют сотрудники других факультетов, которые молча склоняют голову в память животных, отдавших свои жизни на алтарь науки.

Церемонии такого рода являются символом того, что жертвы со стороны животных не были напрасными, а пошли во благо научным исследованиям. Однако японцы всякий раз подчеркивают, что этих животных не просто использовали и забыли о них, а о них помнят, их чтят, им выражают благодарность.

Имя японского «жемчужного короля» Микимото известно во всем мире, но мало кто знает, что он стал родоначальником традиции проводить *куё* в честь своих устриц-жемчужниц. Ведь компания получает огромные доходы от продажи жемчуга, добытого именно из этих устриц. Основатель империи жемчуга посчитал возможным выразить благодарность этим существам. Японские флористы всегда отдают поклон и организуют *куё* в память о срезанных цветах, чьи «жизни были отданы» при сотворении икебаны.

В ряду множества японских национальных праздников одним из наиболее красочных и необычных по праву считается *Хина мацури*, что в переводе на русский означает День девочек, ежегодно проводимый 3 марта. В этот день семьи, в которых имеются девочки, сооружают специальную многоярусную подставку в форме лестницы, состоящую обычно из трех, пяти или семи ярусов, на которую выставляют особых кукол, называемых *хина нингё*. Подставка покрыта тканью красного цвета и часто декорирована лепестками цветов персика.

Дело в том, что в Японии к началу марта обычно начинает цвести именно это дерево и его нежные розовые лепестки ассоциируются с трепетной девичьей юностью. Их связыва-

ют с кротостью, грацией, женственностью. Именно эти черты родители пытаются воспитать в своих дочерях, так как это станет залогом их счастливой семейной жизни в будущем. На самом верхнем, первом ярусе располагаются куклы императора и императрицы. Это — самые дорогие и красивые куклы в коллекции, на них надета парадная шелковая или парчовая одежда. При этом кукла императрицы наряжена в двенадцать кимоно, надетых друг на друга! Около каждой куклы устанавливаются фонарики, а в середине — поднос со священным деревом.

На втором ярусе размещаются три куклы придворных дам, держащих принадлежности для разливания саке. На третьем ярусе располагаются пять кукол-музыкантов со старинными музыкальными инструментами. По бокам четвертого яруса иногда находятся две фигурки министров, а на пятых ярусах выставляют фигурки других сановников, телохранителей и слуг. На шестом и седьмом ярусах находятся игрушечная мебель, инструменты, шкатулки и предметы повседневного быта. В этот день девочки надевают нарядные кимоно с цветочным рисунком, ходят в гости друг к другу, обмениваются подарками, различными сладостями. Во время праздника девочки должны соблюдать правила хорошего тона. Таким образом, праздник *Хина мацури* служит целям хорошего воспитания девочек и позволяет родителям демонстрировать гостям, что их дочери владеют правилами этикета.

Согласно японским традициям кукол, принимающих участие в *Хина мацури*, нельзя оставлять для всеобщего обозрения надолго. Это считается дурной приметой. Они могут отдалить момент желанного замужества японской девушки, для которой, собственно, и проводится этот праздник. Куклы бережно упаковывают в специальные коробки и хранят до следующей весны. Если дочери в семье уже выросли, родители расстаются с этими коробками. В масштабах всей страны — это довольно большое количество кукол. Например, синтоистский

храм Авасима Када в префектуре Вакаяма, известный своими молитвами за счастливую судьбу детей и легкие роды у женщин, в свою очередь, организует ритуал *нингё куё* для кукол.

Благодаря вере японцев в существование души и духов, в одушевленность всей природы анимизм глубоко проник в национальную культуру. Японцы убеждены, что душой обладают все предметы на земле. И поэтому даже тогда, когда куклы, участвующие в праздниках, ломаются или приходят в негодность, японцы проводят для них специальные поминальные службы. В храме Авасима-дзиндзя собрана внушительная коллекция из 20 тысяч кукол, масок и статуй из разных районов Японии. Они выстроены в ряды и представляют собой необычную для глаза картину. Говорят, что там есть кукла, у которой даже растут волосы! Ежегодно храм получает 300 тысяч кукол для проведения заупокойной службы с последующим сжиганием их в мусоросжигательной печи. В последние годы в храм стали присылать не только традиционные куклы с праздников *Хина мацури*, но и обычные куклы-игрушки, сделанные из винилхлорида, которые не могут быть сожжены в печи, так как они выделяют токсичное вещество — диоксид. Руководители храма в связи с этим приняли решение разрешить владельцам кукол после прохождения обряда очищения направлять игрушки в благотворительные организации.

Японцы, которые особенно трепетно относятся ко всем вещам в своей повседневной жизни, включая одежду, взяли за правило пускать в оборот старые кимоно, а не выбрасывать их. Дело в том, что старинные японские кимоно трудно совместить с современной напряженной и динамичной жизнью, однако и выбрасывать их считается кощунством. Поэтому все большее число японских женщин находят старым кимоно и *оби* (японский пояс на кимоно) новое применение — перешивают их в современные наряды, изготавливают из них декоративные салфетки, сумки и др. изделия.

Хорошо известно, что территория Японии бедна на природные ресурсы. Но японцы компенсируют этот дефицит тем, что черпают свои силы и энергию из неиссякаемых источников японской культуры. Страна не раз в своей истории доказывала наличие у нации потенциала гибкости и креативности, каждый раз как бы возрождаясь в своем новом обличье, создавая себя заново в соответствии с новыми историческими требованиями.

2.7. Соблюдение норм столового этикета

Японцы уважают сложившиеся в обществе традиции и нормы буквально во всем, включая и правила приема пищи. Каждый прием пищи у японцев начинается с пожелания приятного аппетита, которое по-японски звучит как *итадакима-су*. Перед началом трапезы в Японии всем сидящим за столом непременно подают *осибори* — влажное и чаще всего горячее полотенце, свернутое в трубочку, которым можно обтереть лицо и руки.

Вначале принято подавать закуски — холодные или горячие, а если приносят горячее блюдо, накрытое крышкой, то после еды крышку следует вновь вернуть на место. В ресторанах роллы, суси или куски рыбы подаются на общем блюде, и каждому посетителю предлагается небольшая тарелочка, на которую нужно положить то, что хотелось бы попробовать, с общей тарелки. При этом еду необходимо перекладывать только при помощи палочек, и не принято брать общее блюдо в руки.

Существует у японцев еще одна любопытная традиция, отсутствующая у европейцев: напитки никогда не следует наливать себе самому — это должен сделать сосед по столу. Произнесение тостов в японской традиции не принято.

Считается, что если в тарелке у гостя осталось хотя бы немного риса, то это значит, что он еще не завершил трапе-

зу. В таком случае выходить из-за стола крайне невежливо. Японский этикет так же, как и европейский, не допускает, чтобы локти находились на столе во время еды.

Практически все блюда японской кухни предполагают использование палочек для еды, с которыми у японцев связано много правил и традиций. Например, не принято протыкать палочками еду, особенно рис. Также нельзя при помощи палочек передавать куски мяса или рыбы и класть их на чужую тарелку, палочками нельзя двигать посуду, использовать их в качестве указки, зажимать в кулаке или класть поперек пиалы. Блюда, которые подаются в широких пиалах, следует взять в руки и есть из них, удерживая на уровне груди, но ни в коем случае не наклоняться над пиалой, стоящей на столе. Если в супе находятся кусочки овощей, мяса, то они берутся палочками, а жидкость выпивается через край или с помощью маленькой фарфоровой ложки.

Когда подаются суси, то их следует есть следующим образом: захватив суси палочками с обеих сторон, их поворачивают на один бок, с тем чтобы обмакнуть в соус, и только затем отправляют в рот. При этом имбирь, как принято считать у нас, — это не приправа к суси, а самостоятельный продукт, который едят в промежутках между разными сортами роллов. Имбирь в данном случае выполняет роль нейтрализатора вкуса и используется для того, чтобы вкус одного ролла не смешивался с другим.

Правила приема пищи у японцев, в отличие от европейцев, предполагают, что процесс допускает шум и может сопровождаться разными звуками. Например, громкое засасывание еды выражает у японцев удовольствие, своего рода наслаждение потребляемым продуктом. Когда дело доходит до особого прихлебывания (например, при всасывании лапши из пиалы), воспроизводимые звуки можно отнести к ряду высшего искусства. Коренной житель Токио — Эдоко способен проделывать эту «работу» просто виртуозно, с та-

кой скоростью и чистотой звука, что ему может позавидовать любой музыкант.

Подобные традиции, которые являются частью японской культуры, трудно искоренить. Поэтому иностранцам лучше научиться их не замечать. Можно даже сказать больше — ни один иностранец, даже самый искушенный в японском языке, не будет признан у японцев «своим», пока он не овладеет искусством звукового оформления японской трапезы.

Существует еще одна любопытная деталь, связанная с традициями приема пищи в Японии. Вероятно, для многих европейцев даже сама мысль о возможности употреблять в пищу конину, в особенности сырую и холодную, может вызвать дискомфорт и отвращение. Однако в Японии сырая конина, которая называется *басаси*, считается деликатесом и предлагается посетителям во многих ресторанах. И это отнюдь не новомодная причуда — сырую конину японцы используют в пищу на протяжении многих веков.

Японцы уверены, что *басаси* гораздо полезнее, чем свинина или говядина, и от нее невозможно заразиться кишечной палочкой. В конине много белка и линолевой кислоты. Она — малокалорийный продукт. Кроме того, японцы считают, что употребление конины способствует долголетию. Опубликованные в 2013 году данные показали, что дольше всех в Японии живут люди из префектуры Нагано: средняя продолжительность их жизни составляла 80,9 года у мужчин и 87,2 года у женщин. Секрет долголетия многих жителей префектуры заключается в том, что в пищу они предпочитают мясо конины.

2.8. Даосская культура питания — важный компонент здорового образа жизни японцев

Даосская школа питания — значимый фактор, влияющий на долголетие японцев, так как она содержит конкретные ре-

комендации по набору продуктов, поддерживающих физическое, умственное и духовное здоровье человека. Существуют сведения о даосских практиках проведения поста или голодания *бигу* (буквально — исключение употребления в пищу злаков), основанные на верованиях в то, что таким образом можно достичь бессмертия. Даосская культура питания лежит в основе современной науки о питании — макробиотики, применяющей на практике принципы восточной философии и действительно способствующей долголетию.

Основателем современной макробиотики считается японский философ и врач Джордж Осава. В основу своей теории о макробиотическом питании он положил философско-религиозное учение дзен-буддизма, древние восточные медико-философские представления о жизненной силе человеческого организма в системе инь-ян, а также японские национальные традиции питания.

Исследователи в области макробиотики исходят из того, что в любых продуктах питания, которые человек ежедневно использует в пищу, содержатся два вида энергии — инь и ян, но лишь в некоторых продуктах эти два компонента сбалансированы между собой. Макробиотика утверждает, что для поддержания здоровья необходимо употреблять в пищу сбалансированные и экологически чистые продукты, производящиеся рядом с местом проживания человека.

Проблемы здорового питания интересовали ученых с глубокой древности. В V–IV веках до н.э. знаменитый древнегреческий целитель Гиппократ, врач и философ, который вошел в мировую историю как отец современной медицины, обращал внимание на роль правильного питания в профилактике заболеваний, считая, что еда сама по себе является лекарством. Восточноазиатские целители также прописывали своим пациентам правильный режим питания вместо лечебных препаратов. Древние японцы традиционно исходили из того, что пища и есть главное лекарство. Другими словами,

правильно подобранная пища является ключом к здоровой и полноценной жизни.

Японцы внимательно относятся к тому, что они едят и как приготовлена пища. Они считают, что правильное питание самым тесным образом связано с долголетием. Японская кухня и в XXI веке является одной из самых здоровых в мире. Ее основными традиционными составляющими остаются *мисо*, грибы *сиитаке* и *маитаке*, соевый творог *тофу*, зеленый чай, которые представляют собой ценнейший набор продуктов для поддержания здоровья, профилактики болезней и предотвращения преждевременного старения. Также японцы выделяют морепродукты и водоросли, которые являются кладезем натуральных минеральных компонентов.

Японцы никогда не забывают о сочетании в пище пяти основных цветов — красного, желтого, сине-зеленого, белого и черного. Они уверены, что такое сочетание не только эстетически привлекательно, но и полезно для здоровья, так как обеспечивает разнообразный набор питательных веществ. Так, «красный цвет» — это красная капуста, красный перец, красный лук, помидоры; «желтый цвет» — яйца, полента, кукуруза, тыква, грибы; «сине-зеленый цвет» — любые зеленые овощи и травы, салат, авокадо, цукини, синие баклажаны; «белый цвет» — лук, тофу, рис, хлеб, картофель, вермишель; «черный цвет» — черные бобы, черный горох, маслины.

Сегодня в мире большое внимание уделяется вопросам рационального приема пищи и правильному использованию всевозможных диет, однако при этом важно подчеркнуть, что именно японская культура питания признана наиболее здоровой и способствующей долголетию. Убедительным доказательством тому является распространение японских ресторанов в разных странах мира. Японская кухня вышла далеко за пределы Японских островов и вносит весомый вклад в формирование здоровой диеты во многих странах.

Показательно, что в Японии самый низкий в мире процент людей, страдающих от ожирения, — 3%, т.е. в Японии их в три раза меньше, чем во Франции, и в десять раз меньше, чем в США. На фоне повсеместного увеличения числа людей с избыточным весом японцы выглядят как самая здоровая нация в мире.

В китайских исторических хрониках, насчитывающих две тысячи лет, сообщалось, что народ, населявший острова Японского архипелага, в основном питался рыбой и моллюсками, рисом и просом, а также сезонными овощами, которые они сами и выращивали. Японцы уже с древних времен отличались долголетием и жили порой до ста лет. Эти хроники являются бесспорным свидетельством того, что и в глубокой древности японский народ выделялся незаурядным здоровьем.

Сохранились записи первого испанского католического миссионера Франциска Ксаверия (1506–1552), прибывшего в Японию в 1549 году. Описывая быт японцев, он писал, что они не едят мяса, их питание в основном состоит из риса и ячменя, приправленного овощами. Он также обратил внимание на то, что рацион был довольно скромным и насчитывал всего несколько блюд. Вместе с тем Ксаверий заметил, что этот народ удивительно здоров и живет намного дольше европейцев. Таким образом, различные исторические записи свидетельствовали об одном и том же — у японцев издавна существовал определенный набор правил, который позволял им полноценно питаться и вести долгую и здоровую жизнь.

Во второй половине XX века в промышленно развитых странах мира произошли кардинальные изменения в культуре питания населения, и не в лучшую сторону. Например, на фоне роста благосостояния жителей развитых стран заметно изменился их ежедневный рацион — объемы потребляемой пищи, например, стали значительно больше, что привело к резко негативному влиянию этого фактора на здо-

ровые — увеличилось число сердечно-сосудистых заболеваний, инсультов, других болезней, связанных с неправильной диетой. У американцев это проявилось в нарушении баланса веществ в организме, т.е. в изменении соотношения белков, жиров и углеводов.

На фоне разбалансированной диеты американцев рацион питания японцев оказался сбалансированным и умеренным. Он предполагал не только правильное сочетание продуктов, но и соблюдение определенных пропорций и объемов потребляемой пищи. Не случайно современные американцы высоко ценят японскую кухню, в частности едят много суси, которые не приводят к ожирению. Напомним, что суси — блюдо традиционной японской кухни — готовятся из риса с укусной приправой и различных сортов рыбы и морепродуктов. С начала 1980-х годов суси получили широкую популярность в мире.

Культура питания современного японца в основном сложилась еще в период Эдо (1603–1868). Именно тогда предпочтение стало отдаваться белому шлифованному рису, в обиход вошло трехразовое питание, состоящее из пиалы риса, супа и салата. До этого начиная с периода «воюющих провинций» (1467–1603) в японском обществе было принято только двухразовое питание, а вместо шлифованного белого риса в пищу употребляли коричневый рис и другие злаки.

Из наиболее популярных салатов периода Эдо выделялась маринованная редька *дайкон*. Ее появление на столе японцев было тесно связано с началом потребления шлифованного риса, так как именно отруби риса использовались в качестве маринада для редьки. В Японии существует теория, что именно в период Эдо, когда стало возможным перемещение населения по территории Японии, из различных отдаленных провинций в столицу стали доходить кулинарные рецепты, которые жители быстро адаптировали к своим вкусовым пристрастиям. В результате миграции населения постепенно

зарождалась уникальная культура японской кухни, которой сегодня наслаждаются во многих странах.

Интересно отметить и факт появления первых «мобильных» лавок, торговавших блюдами японской кухни еще в бытность Эдо, когда жители крупных городов могли прямо на улице отведать у частных торговцев различные традиционные кушанья. Наиболее популярной в тот период была японская лапша *соба*, приготовленная из различных сортов гречихи. В более ранние периоды своей истории японцы делали из гречихи клецки, кашу и булочки, но именно в эпоху Эдо гречишную муку впервые стали использовать для изготовления лапши. После своего дебюта на столичных улочках *соба* законно завоевала всенародную популярность, и уже к 1860-м годам число ресторанчиков, торгующих японской лапшой, достигало более четырех тысяч.

Эдо — как столица и законодатель мод японской традиционной кухни — стал местом рождения еще одного блюда, завоевавшего всенародную любовь японцев, — *темпуры*. Это рыба, морепродукты или овощи, приготовленные в кляре и обжаренные во фритюре, подаются со специфическими соусами. *Темпура* считается одним из основных блюд японской кухни, хотя, судя по названию, и имеет европейские корни.

Португальские и испанские миссионеры были первыми европейцами, которые обосновались в Японии, в Нагасаки. В их лексиконе *tempora* означала период поста, во время которого можно было есть рыбу и морепродукты. Португальцы готовили их в кляре. Этот способ и был перенят японцами. Уже в начале периода Эдо *темпура* получила большое распространение в Киото. Один из приближенных сёгуна Иэясу Токугава взял на себя смелость приготовить ему новое блюдо. Токугава любил проводить время с наложницами и вкусно поесть. Неудивительно, что здоровье пожилого сёгуна не выдержало чрезмерных нагрузок. Случилось так, что дегустация *темпуры* совпала с периодом тяжелой болезни сёгуна,

и вскоре он скончался. И хотя точная причина смерти Токугавы неизвестна, его семья наложила табу на приготовление этого блюда в городах Японии.

Традиционное блюдо японской кухни под названием *суси* также появилось в Японии в период Эдо. Первоначально оно возникло в Южной Азии, где вареный рис стали применять для приготовления и консервации рыбы. Очищенная и разрезанная на небольшие кусочки рыба посыпалась солью и смешивалась с рисом, после чего помещалась под пресс из камней, который через несколько недель заменялся крышкой. В течение нескольких месяцев происходил процесс молочнокислой ферментации риса и рыбы, благодаря чему рыба долго оставалась пригодной к употреблению. Рис превращался в клейкую массу с неприятным запахом и выбрасывался или использовался для приготовления новой партии рыбы. Такие суси назывались *нардзуси*. В XVII веке появились суси, которые изготавливались из вареного риса, рисового солода, морепродуктов и овощей. Позднее японцы стали готовить рисовый уксус, который добавляли в рис, что исключало процесс брожения и значительно сокращало время приготовления суси.

В XIX веке было решено полностью отказаться от маринования рыбы и подавать ее в сыром виде. Процесс приготовления блюда сократился до нескольких минут. Новое суси быстро завоевало популярность. Существовало два способа его приготовления. Первый получил название *кансай* — по названию района Осаки, а второй — *эдо* (так до 1868 года назывался Токио). Быстро росло количество закусочных и ресторанов, где подавались суси, а в магазинах стали продавать специальным образом обработанный рис для домашнего приготовления суси. С тех пор процесс приготовления суси принципиальным образом не менялся, лишь появлялись новые ингредиенты.

Со временем японская кухня становилась все разнообразнее. Начиная с XVII века появление новых блюд стимулировало японцев к приему пищи вне дома, в городских

кафе и ресторанах. Уже к середине XIX столетия крупные города Японии, такие как Осака, Киото и Эдо, насчитывали огромное число столовых, небольших забегаловок и дорогих ресторанов. Именно в эту эпоху в Японии формировалась традиция, согласно которой регулярный прием пищи становился не только ежедневной потребностью человека для поддержания жизнеспособности организма, но и приносил удовольствие. В период Эдо японцы употребляли в пищу свежевывловленную рыбу, свежие овощи и фрукты, злаковые нового урожая и пр. Но самое важное состояло в том, что такое удовольствие от еды было доступно большинству населения.

Сравнивая условия питания японцев в период Эдо и жителей других стран мира, можно сделать вывод о том, что японское общество было более продвинутым, т. е. население не было столь ограничено в хорошем питании, получало необходимую дозу витаминов и полезных для жизни минеральных веществ. Один из американских историков-японоведов писал, что если бы он жил в XVIII–XIX веках и выбирал страну проживания, то в статусе аристократа и королевского вельможи он предпочел бы жить в Великобритании, но в качестве простолюдина он остановился бы на Японии. По его мнению, жизнь обычного люда в Японии в тот период была более комфортной и сытой, чем в европейских странах.

Культура питания в Японии заметно преобразилась с наступлением периода Мэйдзи (после 1868 года) и проведением властями политики модернизации общественного и экономического устройства страны. Новые японские власти решали стратегическую задачу догнать передовые страны Запада в области промышленного и военного строительства, ликвидировать отставание в науке, культуре и общественной жизни. В тот период в стране произошли значительные перемены, которые не могли не отразиться и на культуре пи-

тания. В рационе японцев появилось мясо, которое буддизм и синтоизм по религиозным соображениям не рекомендовали к употреблению, исходя из того, что мясо «загрязняет» тело японца. В течение ста дней после употребления в пищу мяса и мясных продуктов, т. е. до момента полного очищения тела от «скверны», японец не мог посещать храм. Помещики-*даймё* в провинции брали «грех на душу» и иногда позволяли себе употреблять в пищу мясо. Некоторые из них пытались даже изобрести новые рецепты мясных блюд, добавляя соевые бобы. Отдельные смельчаки из числа придворных отваживались предлагать мясные блюда членам императорского дома и рекламировали этот продукт в качестве нового лекарства для укрепления мужского организма, рекомендуя даже включать его в рацион самураев.

Дело в том, что в период Эдо Япония оставалась единственной из развитых стран, в которой практически не существовало животноводства. Однако уже к середине этого периода один японский лекарь, отвечавший за здоровье специального отряда самураев, выявил целый ряд заболеваний, в том числе и легочных, которые напрямую были связаны с проблемой недоедания. Он порекомендовал тогда помещикам-*даймё* заняться разведением свиней и организовать производство свинины как необходимой пищевой добавки к рациону самураев. Эффект был разительным, все употреблявшие в пищу мясо чувствовали прилив сил и энергии. С тех пор мясо было официально включено в рацион японских самураев и стало дополнительным источником полезных веществ, улучшающих здоровье японцев.

С конца XIX века в японской кухне появилось много мясных блюд. Однако, как правило, в рационе приживались только те «исконно неазиатские блюда», которые можно было употреблять в пищу с помощью палочек. При сравнении японской кухни с кухнями других народов бросается в глаза количество и разнообразие ингредиентов, которые традици-

онно использовали в своем рационе японцы. Так, например, если французская кухня включает в свой состав примерно 700 компонентов, китайская — 800, то японская — 1400! Даже рацион питания, специально подготовленный для членов японской антарктической экспедиции, охватывал 750 наименований продуктов питания. Каждый европеец, попадая в японский супермаркет, испытывает растерянность в отделах рыбы, овощей, зелени, специй, так как он никогда до этого не видел многих продуктов, выставленных на прилавках.

Употребление столь богатого ассортимента продуктов питания способствует развитию вкусовых ощущений, их палитра значительно превосходит европейскую. Согласно исследованиям американских специалистов-диетологов, 25 % американцев и 12 % британцев вообще не задумываются о вкусовых различиях, употребляя в пищу те или иные продукты. В то же время практически 100 % японцев весьма пристрастны к тому, что они едят, так как от приема пищи они получают истинное удовольствие. И связано это с большим многообразием продуктов, применяемых ими в процессе приготовления пищи на протяжении длительного исторического периода.

Основу многих вкусовых ощущений японцев составляет традиционный рис. Вареный японский рис в объеме четырех пиал восполняет суточную потребность человека в белке, хотя в нем и мало тиамина (витамина B1). Если питаться исключительно рисом, то можно заработать авитаминоз.

Наибольший интерес в аспекте изучения связи культуры питания и долголетия представляет содержание рациона питания буддийских монахов. Объем потребляемой ими пищи очень мал, а продолжительность жизни велика. В знаменитом храме Эйхэй в префектуре Фукуи проживает около 200 монахов. Их ежедневный рацион:

- завтрак: жидкая каша (в пропорции одна часть риса на десять частей воды), семена кунжута, немного соли, один или два кусочка маринованных овощей;

- обед: одна пиала смеси вареного риса и ячменя, овощи, политые соусом (дрессингом);
- ужин: одна пиала смеси вареного риса и ячменя, вареные овощи.

Как видно из перечня продуктов, монахи не употребляют в пищу рыбу и мясо. Причем такого режима питания монахи этого храма не меняли на протяжении более 1000 лет. Пищевая ценность рациона монахов не превышает 1200 ккал, но они чувствуют себя сытыми и здоровыми. В период Второй мировой войны солдаты Японской императорской армии потребляли в сутки 1400 ккал, т.е. немногим больше, чем монахи Эйхэйского монастыря. Японцам, которые приняли решение вступить в ряды монахов этого монастыря, первые два месяца жизни приходится очень тяжело, однако со временем дискомфорт проходит. Средняя продолжительность жизни монахов составляет 104 года!

Действенным способом поправить здоровье японцы считают паломнический поход по храмам Японии, который может длиться до 1000 дней. При этом еда паломников должна быть крайне скудной: две сваренные в соленой воде картофелины, половина блока *тофу* (примерно 3–4 см), половина тарелки японской лапши. Это скромный рацион, если учесть, что в день паломники проходят от 30 до 80 км. Такой путь был предложен одним из видных государственных деятелей Средневековой Японии, объединителем ее земель Одой Нобунагой еще в 1571 году. Однако за 500 прошедших с того времени лет всего лишь пятеро монахов смогли пройти весь путь от начала до конца.

2.9. Неиссякаемая любовь японцев к эпистолярному жанру

Японцы не устают удивлять мир своим нетрадиционным поведением в повседневной жизни. К чему, вне всякого со-

мнения, относится и их любовь к неумирающему жанру эпистолярного искусства. С одной стороны, японцы стремятся идти в ногу со временем и даже иногда опережать технологический прогресс. Так, они были одними из первых, кто стал использовать в своей деловой и личной корреспонденции прообраз персональных компьютеров *word processor* уже во второй половине 1980-х годов. Японцы приспособили эти устройства даже для написания оригинальных новогодних открыток, которые они рассылают сотнями своим родственникам и друзьям.

С другой стороны, несмотря на все эти технические достижения и невзирая на широкую популярность компьютера и электронной почты в Японии в бытовой и служебной переписке, японцы не лишают себя удовольствия писать письма и личную корреспонденцию от руки. Более того, они испытывают неподдельную радость, когда получают письмо или открытку, написанные собственноручно. Выражением особой признательности и уважения в Японии считается письмо, исполненное кистью и демонстрирующее каллиграфические способности автора.

Процедура написания и отправки писем в Японии четко регламентирована и требует особого протокола. Конверты нужно надписывать определенным образом и избегать любых нарушений в принятых традициях и правилах. Новичков, поступивших на работу на фирму прямо из колледжа, сначала «сажают на переписку». Если они неправильно оформляют корреспонденцию, то им приходится все заново переделывать по многу раз, пока они не добьются безукоризненной четкости. Так, отсутствие на конверте титула или должности адресата является грубым нарушением правил, которое может быть приравнено к личному оскорблению. Поэтому титул или должность получателя должны присутствовать на конверте в обязательном порядке — будь то директор, начальник отдела, заместитель или просто *сама* (господин, госпожа) или *сэн-*

сэй (учитель), которым обозначают врачей, преподавателей, а также политиков. Категорически не допускается прибавлять титул или должность к своему собственному имени. И первое, и второе правило выражают превосходство статуса получателя перед положением отправителя. В Японии это нормальная практика, и она соблюдается даже в том случае, если президент компании адресует письмо своему служащему.

Подавая документы или прошение в государственные или муниципальные учреждения, непременно следует приложить открытку со своим обратным адресом, в котором будет отсутствовать уважительный суффикс *сама* после имени просителя. Однако прежде чем отослать открытку с уведомлением или ответом из учреждения, чиновник отдела корреспонденции аккуратно проштампует необходимое слово *сама* после каждой фамилии. Ни один человек не должен получить невежливое письмо из государственного учреждения. Между тем подсчитано, что ежегодно десятки миллионов японцев получают открытки из государственных учреждений. Можно легко представить себе экономию сил и времени в случае отказа от столь несущественной детали, как проявление вежливости в отношении каждого получателя. Однако этого не происходит, так как сотрудник отдела экспедиции продолжает прилежно штамповать уважительную частицу *сама* после каждой фамилии на каждой открытке. А таких открыток — миллионы!

Новогодние поздравительные открытки, адресованные родным, знакомым, друзьям и коллегам, называются в Японии *нэнгадзё*. Обычай посылать открытки с пожеланиями мирного и беззаботного нового года уже превратился в один из обязательных новогодних ритуалов. Традиция обмениваться письменными поздравлениями в Новый год появилась в Японии еще со второй половины VII века. Однако до сих пор неизвестно, когда именно и кому конкретно было отправлено первое из таких поздравлений. Первоначально было принято непременно совершать новогодние визиты,

а если по какой-либо причине не получалось нанести визит, то японцы отправляли письмо. Так и появился обычай посылать друг другу письменные поздравления с Новым годом.

Можно сказать, что новогодняя открытка в Японии играет ту же роль, что и рождественская открытка в Европе или в Америке, но, во-первых, в Японии обычай предписывает отправлять открытку таким образом, чтобы она обязательно доходила до адресата точно к 1 января, и, во-вторых, общий объем новогодних почтовых отправлений в Японии просто огромен — на один адрес может приходиться от пятидесяти до сотни открыток!

2003 год был в этом отношении рекордным: тогда «Почта Японии» напечатала 4,4 млрд новогодних открыток! И хотя эти цифры несколько занижены, они не свидетельствуют о том, что японцы стали реже поздравлять друг друга с Новым годом. Просто все большее число японцев выбирают электронные открытки, которые они создают сами и распечатывают дома на принтере или пользуются специальной услугой по оформлению и отправке новогодних посланий.

Каждый год начиная с первых чисел ноября стартуют продажи почтовых и прочих новогодних открыток, которые продаются в почтовых отделениях, супермаркетах, канцелярских магазинах и других местах. Открытки, чаще всего с изображением животного — символа наступающего года, как правило, недорогие и стоят 52 иены за штуку. Для тех, кто предпочитает оформить новогоднюю открытку самостоятельно, «Почта Японии» выпускает и продает специальные новогодние марки с животными восточного гороскопа.

Японская традиция предписывает, что рано утром, примерно в три или четыре часа утра 1 января, из 20 тысяч почтовых участков по всей Японии на мопедах, велосипедах и машинах выезжают почталыоны и временно нанятые курьеры, которые доставляют адресатам стопки новогодних открыток. При этом следует отметить, что каждой новогодней открытке в Японии, выпущенной «Почтой Японии», присвоен уникальный лоте-

рейный номер, напечатанный на лицевой стороне внизу. Все открытки принимают участие в символической новогодней лотерее *отосидама-кудзи*. Это тоже одна из причин, по которой японцы так любят обмениваться на Новый год открытками. Обычно в рамках новогодней лотереи можно выиграть либо 10 тысяч иен (главный приз), либо продуктовую посылку с оригинальным местным деликатесом (второй приз), либо новогодние наборы марок: в одном наборе будут находиться марки по 52 иены, а в другом — по 82 иены (третий приз).

Для того чтобы в почтовых отделениях успели обработать новогодние открытки вовремя и доставить их адресатам утром 1 января, они должны быть отправлены заблаговременно в середине декабря, чтобы успеть дойти по адресу не раньше 1 января, но не позднее 7 января, т.е. в течение *мацу-но-ути*, так называемой «недели сосны». Если открытка будет отправлена между 15 и 25 декабря, то она совершенно точно попадет к адресату 1 января.

В тех случаях, когда в ушедшем году семья теряет одного из своих близких, то, как правило, члены семьи не рассылают новогодние поздравления. Родственники покойного не позднее начала декабря рассылают *мотю-хагаки* — открытки с сообщением о семейном трауре, чтобы извиниться за то, что не смогут в этом году прислать новогоднюю открытку.

Содержание поздравительных открыток по японским традициям строго регламентировано. Текст должен начинаться со слов поздравления, далее следует благодарность за поддержку в прошедшем году и пожелания здоровья и успехов в наступающем году. В заключение принято выражать надежду, что адресат не откажет в своем хорошем расположении и на будущий год.

Современные технологии предоставляют японцам множество новых возможностей и способов оформления новогодних открыток: кто-то делает открытки из фотографий и печатает их на домашнем принтере, кто-то пользуется услугами фотоателье

и типографий, а некоторые загружают в компьютер приложения по созданию электронных открыток и используют специальную систему рассылки через социальные сети и мессенджеры. Если раньше открытки писались от руки кистью и разрисовывались фломастерами, то сегодня можно встретить открытки, оформленные с помощью разноцветного скотча и наклеек, открытки с оттисками цветных печатей и даже открытки с мини-эстампами, которые печатаются с форм, сделанных из половинок картофелины, ластика или небольшой дощечки. Как и в случае с рождественскими открытками, в Японии считается признаком плохого тона посылать поздравления, полностью отпечатанные на принтере без добавления «ручного труда». Поэтому в последнее время отправитель обязательно пишет одну-две строчки в открытке от руки, чтобы таким образом доставить адресату удовольствие.

Технологии по обработке корреспонденции на «Почте Японии» всегда идут в ногу со временем: для этого используются самые современные устройства. Относительно недавно был запущен сайт, на котором можно было найти и загрузить более 1000 видов макетов новогодних открыток. Кроме того, «Почта Японии» разработала специальную систему рассылки новогодних открыток через социальные сети. В Японии после того как новогодняя открытка составлена и направлена адресату, отправитель получает сообщение от «Почты Японии» о том, что открытка доставлена. Это делается специально для того, чтобы японцы были спокойны, что их поздравление дошло до адресата.

2.10. Покупатель в Японии – всегда больше, чем покупатель

Культура обслуживания покупателей в Японии многогранна, так как в ней одновременно сочетаются и гармонично переплетены различные модели сервиса, появившиеся

в этой области на протяжении развития нации. Культура обслуживания изначально сформировалась еще в традиционных японских лавочках, пахнувших деревом или японскими сладостями, и сохранилась вплоть до сегодняшнего дня, ее можно наблюдать в громадных современных супермаркетах и в небольших магазинчиках.

Обслуживание покупателей в Японии — это культ, который воспринимается самими японцами как абсолютно естественное и нормальное явление, к высокому уровню которого привыкло уже не одно поколение людей. Многие из них просто этого не замечают, считая само собой разумеющимся делом.

Нет ничего удивительного в том, что одно и то же японское слово *о-кяку-сама* обозначает и покупателя, и посетителя, и клиента, и гостя. «Клиенты — это боги», — гласит древняя японская пословица. Куда бы ни пришел посетитель, будь то банк, магазин или гостиница, к нему всегда будут относиться как к VIP-персоне. И если сервис не соответствует этому высокому уровню, клиент вправе выразить свое неудовольствие, что он может сделать незамедлительно.

В Японии посетителя никогда не подгоняют, не торопят, даже если он пришел перед самым закрытием. Владелец магазина или менеджер любезно предложит ему получить максимум удовольствия от покупки. И сколько бы времени на это ни потребовалось, сколько бы клиент ни бродил среди полок, ему всегда будут кланяться с бесконечной учтивостью и умолять вновь оказать честь посетить магазин в следующий раз. Если посетитель пришел за покупками в дождливую погоду, голос из репродуктора выразит ему благодарность за визит: «Дамы и господа, вы оказали нам честь, посетив нас, несмотря на дождливую погоду». При этом в самом магазине можно будет гарантированно рассчитывать на получение дополнительных скидок.

В последнее время, стремясь к снижению издержек в условиях экономического спада, супермаркеты изыскива-

ют различные пути стимулирования покупателей к расширению закупок при помощи системы скидок, а также повышая уровень обслуживания покупателей. Помощники продавцов будут аккуратнейшим образом заворачивать ваши покупки сначала в один, потом во второй и в третий слой тончайшей оберточной бумаги, дабы товар не повредился по пути домой. Перед уходом из магазина покупку могут еще раз упаковать, но на этот раз в более плотную бумагу с непременно фирменным знаком магазина. Затем товар перевязывают красивой ленточкой подходящего тона. После всех упаковочных манипуляций товар кладут в привлекательный и подходящий по размеру пакет (размер пакета должен соответствовать размерам свертка, один и тот же размер пакета на все случаи жизни — это неслыханное для Японии дело). Процесс тщательной упаковки товара будет отличаться большой изысканностью и производиться с молниеносной быстротой, после чего помощник продавца непременно принесет вам свои нижайшие извинения за то, что заставил вас так долго ждать.

Высокий уровень обслуживания, предоставляемый предприятиями розничной торговли в Японии, в своей основе предопределен соответствующим уровнем культуры самих покупателей, который также в большинстве случаев значительно превосходит европейские или американские стандарты. Японский покупатель требует от продавца высококлассного сервиса и не довольствуется простым отпуском товара в «одни руки». Он привык к тому, что его одновременно обслуживает большое число отлично подготовленных, квалифицированных продавцов, которые прекрасно знают свое дело и обеспечивают качественный сервис на порядок выше «европейского».

Пунктуальность и постоянство в сфере обслуживания имеют большое значение, и если указано, что магазин открывается в 10.00 утра, то он откроется ровно в это время, даже если в городе объявлена забастовка транспортников или

разразился тайфун. Служба доставки вручит вам всю корреспонденцию или заказанные товары в тот самый день, когда вы позвоните и сообщите, что находитесь дома. Никто никогда в Японии не встретит неисправного торгового автомата. И если посетитель пожалуется, что его монетка закатилась под банкомат, то вход в банк будет тут же закрыт решеткой, а работник банка достанет оброненную посетителем монетку.

Обслуживание клиентов в Японии поддерживается на высоком уровне. Покупатель должен быть всегда удовлетворен посещением магазина, даже если он ничего в нем не приобрел. Любая погрешность или недостаток качества товара вызывает законное раздражение клиента. А фирма, в свою очередь, примет незамедлительные меры по исправлению дефекта. Рекламация со стороны покупателя может быть предъявлена даже из-за криво поставленного клейма изготовителя на донышке кофейной чашки.

Япония — страна глубоких традиций, в том числе и в сфере обслуживания. Японец может быть уверенным, что и в новых, непростых экономических условиях начала XXI века качество обслуживания клиентов не претерпит кардинальных изменений и все участники экономического процесса будут поддерживать высокий уровень организации торговли. И гарантия этого, в первую очередь, связана с тем, что именно в таком качестве эти услуги востребованы самими японцами, т.е. в них нуждается само японское общество.

2.11. Особые пристрастия японцев к кошкам

Популяция кошек в Японии не поддается никакому статистическому учету. Они любимы и обласканы своими хозяевами. Жизнь японских кошек поистине удивительна и необычна и существенно отличается от жизни их собратьев в других странах. И связано это с тем, что в Японии кошки традиционно считаются символом мира и спокойствия,

в их честь отмечают праздники и даже возводят храмовые комплексы.

Коты и кошки появились в Японии давно и сразу же стали исполнять самые различные функции. В период Хэйан (794–1185) и Эдо (1603–1868) они, например, были фаворитами у знатных обитателей дворцов, где их в прямом смысле слова кормили с рук и даже выделяли специальную кормилицу, когда у кошки рождалось потомство. Кошки становились персонажами местного фольклора, выступая в роли наводящего ужас зверька, который легко трансформируется и может принять самые невообразимые обличья. Кошки почитались у японцев в качестве божества, становились талисманами, но чаще всего играли роль компаньонов и друзей. Японских кошек наряжали в самые дорогие одежды, их рисовали известные художники на своих полотнах, они были увековечены во многих пьесах театра «Кабуки», а некоторые из них даже располагались в правительственных кабинетах.

На острове Тасиродзима на северо-востоке Японии, где население не превышает 100 человек, живут тысячи пушистых кошек. Местные жители уверены, что кошки приносят счастье и излечивают от различных болезней. За это остров получил у японцев название *Нэко дзима*, или Остров кошек. Обитатели острова давно привыкли к такому положению вещей: ведь история появления здесь кошек уходит корнями в конец эпохи Эдо. Первые пушистые зверьки были завезены сюда менее двух веков назад для борьбы с мышами, наносящими непоправимый урон единственному процветающему здесь в те годы промыслу — разведению шелкопрядных червей для производства тончайшего шелка. Жители стали заводить кошек для того, чтобы защитить своих ценных шелкопрядов, ведь мыши становились серьезной угрозой и могли уничтожить целую отрасль, приносящую основной доход жителям острова.

Позднее местное население, и в первую очередь рыбаки, обнаружило еще одну весьма полезную природную способность кошек, а именно: правильно предсказывать погоду и своим поведением предупреждать о надвигающемся шторме и урагане. Кошки играли, таким образом, роль живых барометров.

Кошки быстро размножались. И несмотря на сокращение численности населения острова в XX веке, местные любимцы процветают и поныне, так как, согласно религиозным верованиям, их кормление и разведение приносит богатство и удачу всем оставшимся жителям острова.

Остров Тасиродзима также широко известен в Японии как остров манга. Это связано с тем, что здесь долгие годы работал один из современных писателей в жанре манга Сётаро Исиномори. Он прославился своими дизайнерскими проектами тематических домиков-манга, похожих на кошек. В городе Исиномаки в префектуре Мияги, откуда начинаются туристические экскурсии на Остров кошек, построен музей манга *Исиномаки мангаттан*. На острове находится синтоистское святилище, посвященное кошкам, известное как *Нэко дзиндзя*. Посетители в нем поклоняются главному божеству этого святилища, которое защищает их в море и дарит богатые уловы.

Многие японцы помнят о серии разрушительных природных катастроф, одновременно случившихся на острове в марте 2011 года. Тогда здесь разом произошли землетрясение, цунами и наводнение в низинах. И вновь кошки спасли жителей, вовремя предупредив их о надвигающихся бедах. Благодаря их поведению обошлось без больших человеческих жертв, поскольку люди успели эвакуироваться на возвышенности в глубине острова.

По горячим следам тех событий в 2012 году английская BBC сняла популярный документальный фильм под названием «Домашние животные — дикие сердцем». Авторы фильма посвятили его необычной жизни и поведению кошек

на японском острове Тасиродзима. Английский фильм помог впоследствии создать специальный Фонд восстановления разрушенных во время землетрясения на острове в 2011 году зданий, а главное — организаторы Фонда обратились через интернет к любителям кошек во всем мире с просьбой внести пожертвования на содержание животных, получив взамен подарки с изображением местных кошек.

Одной из исторических загадок остается точное время появления в Японии первых кошек. По одной из гипотез они были завезены из Китая примерно в 800 году. Однако это входит в противоречие с данными археологических раскопок, согласно которым останки первых кошек были найдены в гробницах, относящихся примерно к III веку до н.э. Археологи высказывают предположения, что кошки могли перемещаться по торговым путям из Египта или Индии в Китай, Корею, а затем в Японию и были своего рода подношением представителям знати. Согласно другим гипотезам кошки могли попасть в Японию вместе с буддийскими монахами в 552 году. Последние содержали кошек для защиты от мышей, пожирающих их шелковые свитки-сутры.

Первым зафиксированным в памятниках аристократическим титулом, данным японской кошке 66-м японским императором Итидзё (986–1011), был *Мёбу-но Отодо* (что в переводе означает «главная фрейлина»). Главной фрейлине-кошке, согласно статусу и титулу, был положен штат obsługi для удовлетворения ее нужд. В тот исторический период, когда популяция котов и кошек в стране была не столь большой, в императорских дворцах они считались достаточно редким видом животных. Тогда можно было встретить котов, состоящих на официальной службе у правителей, которые относились к ним с большим уважением. Когда животное умирало, его хоронили с большими почестями, а когда рождалось потомство, при дворе выделялись специальные кормилицы, отвечавшие за благополучие и здоровье котят.

Со временем коты и кошки перестали быть предметом роскоши для японской знати и стали доступны рядовым жителям страны. С наступлением эпохи Эдо и периода закрытия Японии от связей с внешним миром в стране началось возрождение всех видов национальных искусств, включая развитие нового направления в изобразительном искусстве, получившего название *укиё*.

В это время изменилось и отношение японцев к кошкам. Дело в том, что термин *укиё*, дословно переводящийся как «плавающий мир», являлся омофоном к буддийскому термину «мир скорби». Он употреблялся в буддизме как обозначение «бренного мира, юдоли печали и плача». Однако в эпоху Эдо с появлением в крупных городах специальных городских кварталов, где находились чайные дома с гейшами и куртизанками, термин был переосмыслен, и зачастую так стали называть «мир мимолетных наслаждений и любви».

Для *укиё* было характерно изображение повседневной жизни японцев, показ прекрасных гейш, массивных борцов сумо, популярных актеров театра «Кабуки», а также кошек. И трудно было найти художника гравюр, который не помещал бы кошек в общий сюжет своей картины, или автора пьес для кабуки, у которого не было бы отведено роли для кошки.

Со временем, однако, сёгунат посчитал, что городское искусство «плавающего мира» и его атмосфера развлечений разрушают основы морали японского общества. В 1842 году Мидзуно Тадакуни, один из авторов реформ Тэмпо и с 1834 года — *родзю* в правительстве сёгуна («старейшина» как наивысшая должность в центральном правительстве сёгуната Токугава и княжеских региональных правительствах в Японии в XVII — середине XIX века), ввел строжайший запрет на все виды порнографической продукции и работы художников *укиё*. Дабы избежать возможного преследования и нареканий со стороны правительства, многие художники перешли на «эзоповский язык» и обратились к изображению кошек вместо людей.

Таким образом, с одной стороны, их работы не противоречили указам сёгуната о запрете порнографии, а с другой стороны, они получали возможность выражать с помощью новых героев в виде кошек все свои мысли и настроения. Поэтому уже в 1840-х годах в Эдо появилось много гравюр кошек, которые не всегда были образцом благочестия и морали. И даже после того как указы правительства были отменены, кошки продолжали оставаться излюбленными музами художников школы *укиё*.

Однако некоторые японские кошки получили большое признание, почет и уважение не только в Японии, их знали и любили далеко за ее пределами. Речь идет о *манэки-нэко* — кошках, зовущих и притягивающих к себе удачу, которых сегодня можно встретить повсюду: в различных азиатских ресторанах и офисах, в магазинах, разбросанных по всему миру.

Манэки-нэко — это фигурка кошки, приветливо машущей лапкой, привлекая таким образом к себе удачу. Подобных фигурок великое множество, и на каждую из них возложены вполне конкретные функции. В Японии известно несколько версий происхождения *манэки-нэко*, однако при различии деталей общим является сюжет, который повествует о том, что некий японец (это был торговец, аристократ, монах или просто путник) возвращался домой поздно вечером по узкой городской улочке, как вдруг перед ним появился большой кот, который из темноты махал ему лапой, как бы приглашая зайти к себе. Заинтригованный человек следовал за ним и оказывался вне зоны стихийного бедствия, которое оставалось у него за спиной. А там раздавались удары грома и блистала молния, т.е. бушевал ураган. Разумеется, перепуганный японец, осознавая, какую услугу оказал ему зверек, который, по сути, спас его, был очень благодарен. В знак признательности он установил небольшой памятник животному перед своим домом (или магазином, храмом и т.д.), с тем чтобы кошка и в дальнейшем приносила ему удачу. Этот памятник и называли *манэки-нэко*.

Другая версия появления названия *манэки-нэко* связана с куртизанкой по имени Усугумо, которая работала в увеселительном квартале Ёсидзава в Эдо (нынешнем Токио). Однажды во время любовного свидания с одним из самураев ее кошка вдруг прыгнула на нее и стала неистово царапать ее когтями. Самурай, раздраженный поведением животного, тут же выхватил меч и обезглавил его. И в тот же момент голова кошки, отделенная от ее туловища, стала летать по комнате, пытаясь укусить ядовитую змею, прячущуюся в засаде и готовую напасть на Усугумо. После случившегося владелица кошки, потерявшая своего верного питомца, впала в депрессию, отказываясь есть и пить. Самурай, который случайно убил животное, в знак содеянного заказал у лучшего мастера в округе деревянную статую кошки. Усугумо, получив такой подарок, решила поставить его перед своим домом в знак большой признательности. Памятник также был назван *манэки-нэко*.

Существует еще одна версия появления этого памятника, рассказанная монахом храма Готоку-дзи, расположенного в Токийском районе Сэтагая и в настоящее время известного как «Кошачий храм». История повествует о бездомной кошке и добром монахе, заботившемся о ней. Монах каждый раз прятал часть своей еды, чтобы накормить животное втайне от настоятеля храма. И когда последний узнал о неразрешенном им проживании кошки в храме, которая еще и кормилась за его счет, он приказал монаху выгнать ее прочь. Он объяснил это тем, что именно кошки в силу своей натуры не могут быть достойными друзьями монахов. (Позднее появилась версия о том, что именно кошка отказалась «оплакивать» смерть Будды, хотя все живое на земле было потрясено его смертью.) Монах внимательно выслушал настоятеля, однако принял другое решение — не бросать друга, но быть более осторожным.

Однажды дождливым вечером феодал Ии Наотака вместе со своими родными возвращался домой и проезжал мимо

Готоку-дзи, который на тот момент был ничем не примечательным храмом и особенно не выделялся среди множества других. Дождь усилился, и Ии Наотака вместе с сопровождавшими его родными и слугами решил укрыться под кроной большого дерева на территории храма. Там его внимание привлекла небольшая кошка, которая сидела на земле и, маша лапкой, звала его подойти к ней поближе. Он последовал за кошкой, которая привела его в храм Готоку-дзи, чтобы переждать шторм. И как только он и его спутники вышли из-под дерева, в то же мгновение оно было поражено сильным ударом молнии. Наотака и сопровождавшие его люди были в безопасности. Кошка спасла им жизнь.

В благодарность за это Наотака щедро одарил храм, и с тех пор он стал самым известным и посещаемым в районе. Бездомная кошка превратилась в символ храма, а многие художники и ремесленники охотно изображали фигурку кошки и продавали ее многочисленным посетителям храма. Сегодня Готоку-дзи продолжает носить название «Кошачий храм», а по его периметру расположились тысячи изображений *манэки-нэко*. Многие посетители храма Готоку-дзи молятся не только о своем благополучии, но и о здоровье кошек. Во многих японских храмах продаются дощечки *эма*, на которых посетители пишут клички своих любимых животных и вешают их в специально отведенных местах в ожидании исполнения желаний.

Таким образом, *манэки-нэко* стала символом Японии, и у каждого, кто видит ее фигурку с манящей лапкой, сразу же возникают ассоциации с добротой животных. В современной Японии фигурки *манэки-нэко* часто можно встретить у входа в магазин, ресторан, около домов, где они как бы обещают гостям удачу и благополучие.

Любопытно отметить, что фигурки кошек различаются по своему исполнению. Они отличаются по географическому происхождению, по тому, какой именно лапкой кошка при-

глашает посетителя, по типу монет в лапке, по типу украшений, материалу, из которого фигурки изготовлены, по цвету. В токийском районе Асакуса есть другой храм — Имадо, также посвященный кошкам. Если верить легенде, то этот храм был построен в память о бедной женщине, чья нищета заставила ее избавиться от любимой кошки. Однако однажды кошка явилась во сне своей хозяйке и попросила слепить кошачью фигурку из глины. Женщина так и сделала, выставив скульптурку у порога дома. Случайному прохожему понравилась фигурка, и он приобрел ее. Женщина слепила еще, а затем еще и еще... Глиняные кошки оказались ходовым товаром, и женщина разбогатела. Храм Имадо заполнен разнообразными кошачьими фигурками. Японцы верят, что такие скульптурки приносят удачу и деньги. Фигурки *манэки-нэко* из храма Имадо считаются у японцев талисманом удачи в любви: две кошки, которые нарисованы на храмовой символике, изображают двух первых божеств-супругов, которые сотворили мир и Японию.

Именно фигурки *манэки-нэко* из храма Имадо стали первыми прототипами кошек, которые были изображены в работах художника Утагавы Хиросигэ. Изначально статуэтки этих кошек были белыми с небольшими черными пятнами и изготавливались вручную. Со временем они стали настолько популярны по всей Японии, что их стали изготавливать в каждой префектуре страны.

В конце XIX века местечко Микава в префектуре Айти прославилось производством красивой глиняной черепицы, а также ярких декоративных кукол. Вариант статуэтки *манэки-нэко* из Микавы отличался от фигурок, произведенных в других районах Японии. Микавская кошка была более коренастой со слегка измененной позой: ее ушки стали длиннее, больше похожими на собачьи, и были окрашены в красный цвет. Такие фигурки кошек стали особенно известными среди бизнесменов.

Фигурки *манэки-нэко* из города Сэто (префектура Айти) имели весьма привлекательный гламурный вид, что сделало их знаменитыми в Японии в начале XX века. Кошки Сэто изготавливались из белого гладкого фарфора с черными пятнами, имеющими оранжевый контур. Фигурки имели более вытянутую форму, были достаточно реалистичны, кошка изображалась с торжественной мордочкой и выступающей левой лапкой. Однако особую прелесть фигурке из Сэто придавал красивый плиссированный детский нагрудник с нанесенным милым цветочным принтом, по краям которого были разбросаны точки. Статуэтки из Сэто были по-своему уникальными.

В 1920-х годах среди японцев стали особенно популярны фигурки кошек *Кутани манэки-нэко*, получившие свое название по одноименной деревушке, где они производились. Деревня была затеряна в горах провинции Кага на побережье Внутреннего Японского моря. Сегодня этот поселок превратился во всемирно известный центр японской керамики и фарфора.

Известно, что фарфор в Японии появился почти на тысячу лет позже, чем в Китае (620 год). И на протяжении всего последующего тысячелетия придворная японская знать была вынуждена покупать дорогой китайский фарфор с материка или же использовать простую глиняную посуду местного изготовления. И только в 1616 году корейский мастер керамики Ри Сампэй обнаружил в местечке Арита залежи белой глины, что позволило ему приступить к производству первых японских фарфоровых изделий. Примерно в это же время в деревне Кутани были обнаружены залежи кварцевого песка, используемого в процессе изготовления фарфора. Местный староста Маэда Тосихару поспособствовал постройке здесь первой печи для обжига фарфора, что в итоге и привело к появлению производства.

В начале XX века мастера из Кутани приступили к созданию своего варианта фигурки *манэки-нэко*, получившей все-

общее признание. Она отличалась оригинальностью формы и декором, так как на нее вручную был нанесен сложный замысловатый узор, покрывающий статуэтку с ног до головы. Как правило, узор состоял из обилия завитков, цветочных рисунков и различных символов. Кроме того, фигурка представляла собой двух кошек, сидящих прижатыми друг к другу. И хотя они сидели боком, но их головки были развернуты в сторону смотрящего на них человека. Возможно, замысел автора состоял в том, чтобы показать зрителю: позы кошек выражают их желание прогнать от человека все дурное.

Среди современных коллекций кошек *манэки-нэко* выделяются своим необычным видом фигурки из города Такасаки в префектуре Гумма. По своему образу и подобию, по своей простоте они напоминают изделия из Имадо, однако у кошек из Такасаки брови и ресницы более густые. Узоры на кошке напоминают раскрас знаменитой *дарумы* — японской традиционной куклы-неваляшки, олицетворяющей Будду, что в японской синкретической мифологии означает божество, приносящее счастье.

Еще одна фигурка известной в Японии кошки изготавливается в городе Токонамэ в префектуре Айти. Статуэтки отличаются необычной раскраской и формой, но главное — могут быть выполнены по индивидуальным заказам покупателей. Эти фигурки на протяжении многих лет лидируют по продажам на американском рынке. Послевоенные образцы кошек из Токонамэ отличались своей приземистостью и размерами, имели мускулистые лапки и круглые глаза. Они были очень похожи на героев анимационных фильмов и всегда держали в лапках счастливую монетку. Именно этот вариант *манэки-нэко* был лидером продаж в период японского экономического бума 1950–1960-х годов, однако и сегодня остается весьма популярным у публики.

При сравнении разных моделей *манэки-нэко* важно обращать внимание на лапку, зазывающую удачу. Так, согласно

народному фольклору, поднятая правая лапка у кошек приносит в дом удачу, счастье и богатство, поднятая левая — привлекает посетителей в магазин и приносит деньги. Если *манэки-нэко* стоит у входа в ночной клуб или бар, то важно, чтобы она не просто зазывала посетителей своей левой лапкой, а непременно была именно кошкой, а не котом. В то же время считается, что правой лапкой удачу в магазин зазывает не кошки, а коты. Такое вот разделение труда!

Вероятно, с тем чтобы избавить покупателей от мук выбора, появились фигурки кошки с двумя поднятыми лапками, что должно означать принесение всех возможных на свете удач и здоровья на 10 тысяч лет вперед! Так что «лапы вверх»!

Иногда фигурки *манэки-нэко* различаются длиной лапок. Длинная лапа может информировать человека о том, что удача к нему придет еще не скоро. Чем выше поднята лапка у кошки, тем дольше придется ждать удачи. Поэтому те японцы, которые приобретают *манэки-нэко* для ожидания большой любви, счастливого брака, семьи или крупных денег в бизнесе, покупают фигурки кошек с длинной лапой, «достигающей небес». Однако те, кто ждет скорую удачу в таких делах, как успешная сдача экзамена, победа в соревнованиях и т. п., покупают фигурки с короткой кошачьей лапой. Те же, кто гонится за быстрой удачей в жизни, достают фигурку *манэки-нэко*, у которой одна лапа короткая, а другая — длинная. Существуют и специальные варианты фигурок, так называемый американский «экспортный вариант», с голубыми глазами и мешком долларов, гарантирующим удачу в бизнесе.

Кроме того, *манэки-нэко* делятся на тех, кто держит в лапе обычную монету, и тех, кто держит монету большого размера. Желающим быстро стать богатыми следует подыскать фигурку кошки, в лапке которой зажата монета *кобан* (японская овальная золотая монета периода Эдо). Именно большая овальная сверкающая монета является признаком большой

удачи. *Манэки-нэко* с золотой монетой в лапе были особенно популярны у японцев в период после Второй мировой войны. Правда, японцы говорят, что еще 300 лет назад фигурки кошек с монетами *кобан* были символом удачи и процветания.

В наши дни фигурки кошек держат в своих лапах не только монетки, но и другие предметы, например волшебную деревянную колотушку, которая «выбивает» для своего владельца все, что он пожелает. Кошка может также держать в руках слиток золота в форме лодки, олицетворяющей процветание и беззаботную жизнь. Иногда в лапах у кошки может быть и рыба, являющаяся символом благополучия и богатства, особенно если эта рыба — японский карп. Если же в лапках у кошки находится красный лещ, то это означает ожидание радости и веселья.

Существует еще один признак, по которому различаются *манэки-нэко*. Дело в том, что большинство современных, столь популярных у японцев фигурок кошек изготавливается из глины, фарфора или папье-маше, однако еще в конце XIX — начале XX века в Японии можно было встретить фигурки кошек, сделанные из камня, металла или дерева. В соответствии с материалом, из которого они изготавливались, фигурки отличались своей простотой и элегантностью. Некоторые из них становились раритетными и очень дорогими.

Стоит отметить, что при окрашивании *манэки-нэко* большое значение имел цвет. В старину японцы говорили, что если на борту судна есть фигурки кошки с рыжими или черными пятнами, то оно никогда не затонет. И до сих пор японцы уверены, что трехцветный кот с обрезанным хвостом является исключительным символом удачи и везения. По причине редкой генетической аномалии многие коты с рыжими и черными пятнами практически стерильны, поэтому в природе особи такой разновидности встречаются крайне редко. Поэтому ограниченное число делает таких котов более желанными.

Фигурки *манэки-нэко*, окрашенные в красный цвет, с одной стороны, ассоциируются у японцев с цветом японского государственного флага, что делает их особенно привлекательными, с другой стороны, красный цвет защищает человека от зла, оберегает здоровье. Японцы, согласно своей религии, считали, что красный цвет может захватывать и отвлекать внимание богов Синто, чтобы они не посылали людям болезни.

Черный цвет в японской культуре символизирует все сверхъестественное и обладает огромным потенциалом сопротивления силам зла и отвращает неудачи. Появление фигурок *манэки-нэко*, исполненных в черных цветах, отвечает этой задаче.

Белая фигурка *манэки-нэко* приносит счастье ее обладателю и становится источником радости. В Синто белый цвет олицетворяет чистоту и цвет подношений даров синтоистским божествам. На все официальные ритуалы синтоистские жрецы надевают белые одеяния поверх красных традиционных штанов.

Золотая сверкающая фигурка *манэки-нэко* является наиболее желанной для тех японцев, которые мечтают о богатстве и престиже. Золотые фигурки чаще всего появляются в китайских ресторанах и в домах, жители которых находятся в ожидании благополучия.

Японцы отдают также предпочтение фигуркам желтого цвета. Желтый цвет в Японии означает смелость и именитость и потому рассматривается как достойная альтернатива золотому цвету.

Те японцы, которые жаждут любви или страдают от неразделенных чувств, стремятся приобрести фигурки *манэки-нэко* розового цвета. Этот цвет неразрывно связан с периодом цветения сакуры и романтическими мыслями, он привлекает любовь к обладателям фигурок. Многие современники ассоциируют розовый цвет исключительно с женским началом,

но в Японии розовое цветение сакуры связывалось с самураями, которые считались смелыми воинами, и ими восхищались так же, как и сакурой. Помимо весеннего цветения розовый цвет для японцев — это цвет обновления и свежести!

Зеленые фигурки *манэки-нэко* являются олицетворением спокойствия и благосостояния. Кошки зеленого цвета могут привлечь удачу на экзамене или в работе.

Все фигурки кошек *манэки-нэко* создают опытные мастера, которые внимательно мониторят и отслеживают предпочтения современных покупателей, стараясь создавать образцы, которые полностью смогли бы удовлетворить причудливые вкусы требовательных клиентов.

2.12. Любовь японцев к водонепроницаемым телефонам

Японцы предъявляют самые высокие требования к качественным характеристикам выпускаемых в стране мобильных телефонов и зачастую — к их водонепроницаемости. Разумеется, это не означает, что вся нация вдруг занялась подводным плаванием и намерена вести переговоры исключительно под водой. Однако именно такие характеристики мобильных телефонов во многих случаях являются для японцев приоритетными.

На европейском и американском рынках производителей мобильных телефонов не так много моделей, которые имеют подобные возможности. И напротив, японский потребитель не представляет себе мобильный телефон, который пропустил бы влагу. Японцы привыкли именно к водонепроницаемости своих телефонов еще со времен обычных кнопочных моделей, и поэтому сегодня не защищенный от воды смартфон выглядит для японского пользователя крайне непривычно. Можно даже сказать иначе — большинство японцев даже и не подумают приобретать телефон, пропускающий влагу, поэтому до 90 % всех мобильных телефонов, произведенных

на японском рынке, представляют собой водонепроницаемые модели. И причина такого явления проста — японская молодежь не может расстаться со своими гаджетами даже во время принятия ванны. Но главное — японский потребитель должен быть уверен в том, что если он попадет под дождь, то его мобильный телефон его не подведет и обеспечит ему надежную связь.

Одной из первых компаний, которая успешно освоила массовый выпуск водонепроницаемых смартфонов, предназначенных не только для Японии, была японская корпорация *Sony*. И по этим техническим характеристиками модель *X-peria* сильно опережала время. Разумеется, модель была рассчитана не только на японского потребителя, но также и на зарубежного, однако *X-peria* по достоинству была высоко оценена именно в Японии, так как за ее пределами пользователи не предъявляли к телефону столь завышенных требований.

Даже южнокорейская корпорация LG, которая никогда не выпускала и не планировала производить водонепроницаемые смартфоны, в попытке закрепиться на японском рынке стала экспортировать в Японию свои эксклюзивные модели. Кен Хонг, директор по международным связям LG, в обязанность которого входило изучение специфики рынков других стран, куда направлялась продукция компании, утверждал, что для японского потребителя «водонепроницаемость» модели оказалась куда важнее, чем даже возможность быстро заменить батарейку питания. (Первый мобильный телефон на AAA-батарейках поступил в продажу в 2009 году.)

Бум с водонепроницаемыми мобильными телефонами в Японии начался еще в 2005 году, когда на рынке появились модели телефона *Casio Canu 502S*, которые быстро привлекли к себе внимание покупателей. А в 2010 году в Японии уже появился первый водонепроницаемый смартфон от *Motorola*. Позже водонепроницаемые телефоны стали делать также

Samsung и *Apple*. Модель *iPhone* стала таковой только в своей 7-й модели, а *Samsung* стал выпускать гаджеты, не боящиеся воды, только начиная с модели *Galaxy S5*. Наконец, у японцев появился полный ряд смартфонов, которыми можно пользоваться в удобных и привычных для них условиях. Из этого ряда несколько выбивается только *Google*, который теряет японский рынок, потому что его последняя модель *Pixel* не обладает водонепроницаемой способностью.

Анализируя причины удивительной потребности японцев к использованию водонепроницаемых смартфонов, понимаешь, что истоки такого пристрастия отчасти кроются в национальной культуре, которая обычно непонятна европейцу. Дело в том, что рядовой японский потребитель, особенно молодой человек, настолько привязан к своему смартфону, что не расстается с ним никогда. Японцам особенно важна водонепроницаемость, потому что они привыкли брать свои смартфоны прямо в душ, где могут отвечать на звонки и сообщения, играть в игры, сидеть в социальных сетях и делать селфи. Другими словами, японцы привыкли пользоваться мобильными телефонами по их обычному назначению в не совсем обычных местах. Отказываться от этой привычки японцы не видят необходимости, поэтому на японском рынке можно легко подобрать себе любую водонепроницаемую модель телефона и смартфона по своему вкусу и пристрастиям.

2.13. Японские туалеты как образцы культуры нации

Японская культура характеризуется особым отношением людей к деталям, из которых складывается целое. Японцы уверены, что если даже мельчайшая деталь в том или ином произведении несовершенна, то, значит, и все полотно будет несовершенным. Вероятно, именно этот принцип лежит в основе создания эксклюзивного японского подхода к организации хорошо продуманной системы туалетов. Любой ев-

ропеец, попадающий в японский дом, не сразу может понять необходимость переодевания тапочек до входа в японский туалет и после выхода из него, ведь подобная практика вообще отсутствует в европейской культуре и воспринимается не иначе как чудачество.

Более того, японцы никогда не объединяют ванную комнату и туалет, в то время как такой симбиоз нередко можно встретить в России или других европейских странах. По японским стандартам, причина несовместимости этих двух санитарно-гигиенических точек заключается в том, что туалет считается «грязным» помещением, а ванная комната — «чистым», что по определению запрещает их «совместное существование». Поэтому абсолютной нормой при строительстве японского дома или квартиры всегда являлось выделение специально отведенного пространства под туалет. Оно чаще всего бывает небольшое по размерам, независимо от габаритов традиционного японского или европейского оборудования.

История создания и эволюции туалетов в Японии с их необычными нормами этикета, символизмом и техническим совершенством столь интересна, что, возможно, требует специального исследования. Однако в нашей работе, прежде всего, важно подчеркнуть особую роль этой комнаты для любого японца, который убежден, что она, возможно, является чуть ли не единственным местом во всем доме, где человеку должна быть гарантирована настоящая приватность и полная изоляция. Дело в том, что конструкционно японский дом устроен таким образом, что его раздвижные бумажные стены весьма условны, так как в любой нужный момент могут быть легко сдвинуты или полностью сняты для получения единого большого пространства. Именно это обстоятельство всегда приводило к тому, что побыть японцу наедине с самим собой было практически невозможно, кроме как в туалетной комнате.

В 1904 году в пригороде Киото в районе Ямасина один из видных японских просветителей Тэнко Нисида (1872–1968) организовал религиозную секту дзен-буддизма *Иттоэн*, что в переводе с японского означает «Сад одного фонаря». Основой духовной практики данной секты стала идея *рокуман гёган*, которая заключалась в том, что верующие должны были почистить 60 тысяч туалетов незнакомых им людей в качестве умирения своего эго и практической помощи своим соседям. Сам основатель секты ежедневно обходил несколько домов и просил разрешения почистить у соседей туалеты. Так продолжалось на протяжении 200 дней в году.

Тэнко Нисида таким образом хотел доказать, что человек может усмирить свой нрав и готов быть полезен другим, выполняя даже самую унижительную работу. Эклектическое учение Тэнко Нисиды, возникшее на базе идей Христа, Ганди, Льва Толстого и дзен-буддизма, призывало людей проявлять в своем поведении покорность и смирение. На протяжении многих лет жители Киото привыкли к тому, что по улицам разгуливали группы последователей учения *Иттоэн*, предлагавшие бесплатно вымыть их туалеты.

Группы верующих маршировали по улицам японских городов, облаченные в рабочие монашеские робы, с ведром в руках и косынкой- банданой на голове, привлекая к себе небольшое внимание жителей. Их фотографировали, писали про них в газетах как о символе Японии, как о новых японцах, требующих к себе уважения, которые не стеснялись никакой работы.

Удивительно, но секта *Иттоэн* продолжает существовать и сегодня. Ее возглавляет внук Тэнко Нисиды, который продолжает дело своего деда, правда, в более усеченном составе верующих. Несмотря на сокращение численности последователей секты *Иттоэн*, основные принципы ее деятельности, а именно: бескорыстные работы по уходу за садами, строительство школ, сооружение храмов и многие другие виды

общественных работ — почти не изменились, только слегка приспособились к современным условиям.

Руководство секты *Иттээн* установило прочные связи с известной в Японии компанией *Даскин*, оказывающей услуги по уборке территории и помещений организациям и частным лицам, которая была основана в 1963 году в Осаке бизнесменом Сэйити Судзуки, бывшим активным сторонником секты. Компания сегодня достаточно успешна и имеет свои представительства в Китае, Южной Корее и на Тайване. Плодотворное сотрудничество секты *Иттээн* и компании *Даскин* дало возможность переосмыслить сам процесс уборки помещений, и в частности чистки туалетов, наполнить их неуниженным, уважительным содержанием. Вплоть до настоящего времени члены секты продолжают выходить на свои традиционные марши по улицам Киото и предлагать бесплатные услуги по очистке туалетов. Представители секты звонят в двери к жителям и обращаются к хозяину дома со следующими словами: «Разрешите нам почистить ваш туалет!» Разумеется, случаи отказа от бесплатной услуги — единичны.

Основатель секты Тэнко Нисида инициировал свою практику *рокуман гёган* в Японии в начале XX века, в период, когда в обществе еще бытовало убеждение, что выполнять грязную работу по очистке туалетов является чем-то недостойным для уважающего себя человека. Корни такого подхода тянулись со времени, когда японцы не боялись тяжелой работы, но панически избегали «грязной работы», так как, согласно религиозным убеждениям, человек, запятнавший себя подобного рода делами, становился изгоем общества и не мог на равных общаться с окружающими, дабы не «запачкать» их. А если учесть, что японцы всегда считали себя частью коллектива и не мыслили свою жизнь вне его рамок, то можно себе представить масштаб их страха и нежелания иметь что-либо общее с грязными видами работ. Поэтому члены секты *Иттээн* брали на себя достаточно благородную миссию по изме-

нению отношения японцев к работам по чистке и уборке мест общего пользования.

История появления первых туалетов в Японии в известной степени любопытна и заслуживает, на наш взгляд, более подробного освещения. Изначально японские туалеты имели примитивную конструкцию и были построены из ветвей дерева над потоком протекающей внизу реки. Этот период — Нара — датируется 710–784 годами. Функцию туалетной бумаги выполняли древесная кора, листья или морские водоросли. И только позднее, в период Эдо (1603–1868), стали появляться первые упоминания о появлении прототипа туалетной бумаги. В тех случаях, когда поблизости от деревни не протекала речка, японцы были вынуждены выкапывать выгребную яму с функцией туалета. В период Хэйан (794–1185) для представителей императорского двора строились первые приспособления, напоминающие унитаз, в виде коробки с выдвижным ящиком. Такая конструкция предназначалась для придворных дам, одетых в многослойные кимоно, что затрудняло и ограничивало их движения, когда они справляли нужду. Устройство было сконструировано таким образом, что служанка сзади приближалась к своей госпоже, поднимала ей подол кимоно, удерживая его одной рукой, а другой — вкатывала под госпожу «мобильный унитаз». Это устройство благополучно просуществовало до конца периода Эдо, т. е. до начала реставрации Мэйдзи (1868).

Для мужчин существовал ночной писсуар в виде конверта-подноса, дно которого было застлано кипарисовыми ветками, чтобы, с одной стороны, заглушить звук льющейся мочи, а с другой стороны — выполнить функцию естественного дезодорирования. Известно, что до середины XIX века туалеты в Японии делались исключительно из дерева, преимущественно кипарисового, которое обладало натуральными антибактериальными и дезодорирующими свойствами.

Кстати, и сегодня самые дорогие ванны в Японии — *о-фуро* изготавливаются из кипариса.

Первые канализационные стоки в Японии были построены в Токио в 1884 году в районе Канда. Вплоть до окончания периода американской оккупации Японии в 1951 году специальные японские ассенизаторские фирмы очищали содержимое выгребных ям Токио и продавали его крестьянам в качестве естественных удобрений. Американцы предлагали японцам использовать химические удобрения вместо человеческих экскрементов, а кроме того, американцы начали ввозить в Японию туалеты европейского типа вместо традиционных японских туалетов в виде отверстия в полу.

Использование содержимого японских выгребных ям долгие годы являлось важным условием для сельского хозяйства, требующего удобрений в целях повышения урожайности. В странах, население которых традиционно занималось животноводством, в тех же целях широко применялся коровий и конский навоз, однако японцы преимущественно питались овощами и выловленной в морях рыбой, следовательно, брать навоз им было неоткуда. В основном сельским хозяйством занимались крестьяне, которые арендовали земли у помещиков, но экскременты крестьян-арендаторов и их семей, которые в Японии традиционно считались весьма ценным товаром, по закону объявлялись собственностью владельца земли, а не самого арендатора. Последние могли распоряжаться только собственной мочой, которая также использовалась ими в хозяйстве.

Собранные крестьянами экскременты аккуратно загружались в чаны и расходовались по мере необходимости. Этот вид товара был разделен на пять категорий в соответствии с его пригодностью для удобрения почвы. Экскременты состоятельных людей считались самыми ценными (учитывался их рацион питания), а низшей категорией были отходы заключенных. Вплоть до начала 1930-х годов крестьяне

продолжали утилизировать экскременты для применения их на рисовых полях либо обменивали их у торговцев на баклажаны и редьку-дайкон. В 1923 году в районе Канто произошло великое землетрясение, которое практически стерло с лица земли японскую столицу Токио, что привело не только к пожару, но и к серьезным проблемам эпидемиологического характера по причине отсутствия в Токио развитой канализационной системы.

Сегодня Япония лидирует в мире по производству наиболее совершенных и «умных» туалетов, оборудованных по последнему слову техники. Самой известной японской фирмой в этой области считается фирма *Toto*. *Toto* — это сокращение от названия фирмы *Toё токи* (в переводе с японского — «Восточная керамика»). Японская компания *Toto* была основана в 1917 году на острове Кюсю Кадзутикой Окурой, который специализировался на производстве сантехнической керамики. Его передовые для того времени разработки стали эталоном чистоты и гигиены.

Переломным для компании *Toto* годом стал 1923-й — год великого землетрясения в Канто, которое дало толчок тотальной реконструкции Токио. Тогда *Toto* широко вышла на внутренний рынок и стала удовлетворять быстро выросший спрос на сантехническую продукцию.

После окончания Второй мировой войны *Toto* и другие японские компании активно заимствовали технологии из Франции, США и Швейцарии, перерабатывая их под японские условия. Они начали производить продукцию, не имеющую аналогов в мире. Тогда в штате компании *Toto* трудились более 1500 инженеров, а ее предприятия доминировали в области производства сантехнического оборудования с ежегодным объемом продаж до 3 млн единиц товара. Ведущим дизайнером компании был Кёдзи Асада, он гордился своей работой, которой уделял до 60 часов в неделю. Его кредо — туалет должен быть местом релаксации и ком-

форта. Кёдзи был уверен, что японцы имеют самые удобные и чистые туалеты в мире, и любил говорить: «Возможно, мы не можем создать абсолютно совершенное произведение в виде туалета, но мы можем сделать туалет, о котором еще никто не мог даже мечтать! И в этом заключается наша миссия на земле». В 1977 году производство туалетов западного образца в Японии впервые превзошло по объему производство традиционных японских туалетов, а в 2003 году фирма *Toto* полностью прекратила выпуск традиционных моделей.

В 1964 году *Toto* впервые стала импортировать из США биде, а уже спустя два года фирма начала выпускать отечественные образцы. В 1980 году компания *Toto* произвела революцию в своей отрасли, создав унитаз со встроенным в его конструкцию биде.

Современные японские туалеты оборудованы сложной электронной системой, которая позволяет нажатием кнопки вытащить трубку биде, отрегулировать температуру и мощность потока струи. Другая кнопка выполняет функцию сушки. В холодное время года для обеспечения большего комфорта сиденье унитаза подогревается, а некоторые модели включают в себя даже кондиционер для эксплуатации их в жаркое летнее время.

Оснащение туалета подобными функциями практически не требует применения туалетной бумаги. Стоимость японских унитазов, в зависимости от их «космических» функций, составляет от 900 до 5000 долларов. Сегодня компания *Toto* продает в год более 20 млн единиц унитазов со встроенным биде, немалая их часть поставляется на экспорт. Наиболее современные модели унитазов выполнены таким образом, что могут самоочищаться автоматически, без использования постороннего вмешательства.

Компания *Toto*, которая с большим вниманием относится к любому, даже самым мельчайшим деталям своей продукции, столкнулась в процессе производства с еще одной де-

ликатной проблемой. Она стала выпускать на рынок модель туалета под названием *Sound Princess*, т.е. «Музыкальная принцесса». Японцы, как известно, весьма бережно относятся к своим природным ресурсам, включая и воду. Они стараются с максимальной пользой использовать всю воду, которую потребляют в повседневной жизни. Например, воду, оставшуюся после приема ванны, японцы не выливают в канализацию, а применяют для стирки белья или для туалета. Именно японцы ввели систему слива большого и малого потока, и только в японских унитазах над бачком установлен кран для мытья рук.

Другими словами, вода для японцев является ценным источником жизни, и они тщательно следят за ее расходом. Однако в общественных туалетах деликатность японских женщин вынуждает их несколько раз нажимать на смыв, с тем чтобы замаскировать естественные шумы, связанные, в том числе, и с мочеиспусканием, а это приводит к дополнительному расходу воды. Инженеры компании *Toto* решили данную проблему таким образом: разработали специальное устройство, имитирующее водный поток. Сегодня практически все общественные туалеты оборудованы подобными системами, что ведет к существенной экономии воды.

Инженерная мысль разработчиков фирмы *Toto* развивалась и в направлении решения проблемы «ароматизации» японских туалетов. Можно с уверенностью сказать, что только японцы смогли решить все деликатные аспекты процесса, удовлетворяя самые строгие требования потребителей. Занимаясь вопросами организации санитарно-гигиенического устройства туалетов, инженеры *Toto* стали производить оборудование по наполнению туалетных комнат специальными ароматами. Было разработано оборудование для дезодорирования воздуха в туалетах, с тем чтобы поразить воображение посетителей разными приятными запахами. Кроме того, компания *Takano* по согласованию с *Toto* разработала специаль-

ные таблетки для приема вовнутрь, чтобы процесс дефекации сопровождался приятными запахами.

В 1985 году японские власти приняли решение создать организацию под названием Японская туалетная Ассоциация — *Japan Toilet Association* (JTA), перед которой была поставлена задача улучшить ситуацию с системой канализации в крупных городах страны. Изначально Ассоциация собрала специалистов, архитекторов, чиновников и бизнесменов для обсуждения проблемы с оснащением современными туалетами городских квартир. Ассоциация выдвинула идею создать в этой сфере городского хозяйства максимально «комфортную среду» и провести конкурс по отбору туалетов высокого качества для оснащения ими всех новостроек. Японская туалетная ассоциация каждый год 10 ноября отмечает День туалета (дату 10/11 японцы называют *ии-то(ирэ)*, что означает «хороший туалет»). И именно в этот день, 10 ноября, проводится государственный «туалетный семинар», на котором обсуждаются проблемы состояния туалетов в Японии, трудности, которые возникают с работой туалетов в различных общественных местах, включая учебные заведения, в период стихийных бедствий, на маршрутах посещения горных вершин, на объектах социального назначения и т. д.

Ассоциация также проводит ежегодное голосование и объявляет победителя в номинации «Лучший туалет в Японии». В 2015 году на 30-летнем юбилее Ассоциации впервые в мире был презентован «Большой туалетный словарь».

Немалый вклад в работу по улучшению ситуации с туалетами в Японии вносят и производители современной сантехники. Например, столкнувшись с проблемой туалетов в учебных заведениях, компания *Toto* и другие предприятия — производители сантехники в 1996 году учредили специальную организацию — Ассоциацию туалетов учебных заведений. Опираясь на данные исследований, проверок и опросов об-

щественного мнения, проведенных Ассоциацией, было принято решение о полной замене традиционных напольных японских туалетов на европейские модели во всех без исключения учебных заведениях страны.

Японская ассоциация туалетов достаточно серьезно относится к производству не только серийных образцов унитазов, но и эксклюзивных, например из 24-каратного золота. Она также приняла решение создать в Токио уникальный Музей туалетов. На сайте Ассоциации размещается информация о рейтингах общественных туалетов, что вынуждает каждую организацию бороться за почетные места.

В апреле 2015 года в терминале международного токийского аэропорта Нарита, именуемого «Воздушными воротами Токио», были введены в эксплуатацию экспериментальные модели туалетов, разработанные в *Gallery Toto*. Они были спроектированы в известном на весь мир архитектурном техническом бюро *Klein&Dyham Architecture* (KDa). Целью проекта являлось знакомство мировой общественности с японской культурой «туалетного комфорта», с самыми последними достижениями в этой области.

В апреле 2000 года в Японии в рамках экологического проекта была сформирована группа по изучению негативного воздействия городских туалетов на окружающую среду. Японские специалисты подсчитали, что на каждый смыв туалета в среднем уходит от 8 до 12 литров воды, что истощает природные водные запасы и, следовательно, требует разработки нового метода утилизации отходов путем дегидратации или сжигания. У японцев есть любопытная поговорка, касающаяся использования туалета: «Если беременная женщина содержит в чистоте свой туалет, то у нее родится красивый ребенок».

Туалетная проблематика в Японии, впрочем, не ограничивается только обсуждением вопросов совершенствования технологии работы унитазов. Не меньшее внимание японские спе-

циалисты в этой области уделяют вопросам улучшения качества туалетной бумаги. Туалетная бумага, как известно, — один из необходимых аксессуаров пользования туалетом. Японские производители туалетной бумаги делают ее такого высокого качества, что она практически никогда не вызывает засор и не забивает канализацию. Она всегда имеется в достаточном количестве в каждой кабинке в общественных туалетах.

Кроме того, японцы, обращающие внимание на красоту и эстетику во всем, что их окружает в повседневной жизни, демонстрируют чудеса изобретательности и при изготовлении рулонов туалетной бумаги. Например, конец рулона такой бумаги становится у них «произведением искусства» оригами. Европейцы, приезжающие в Японию, рассматривают такие изыски как одно из проявлений японского гостеприимства. На самом деле загнутый треугольником край туалетной бумаги для японцев — это не только выражение почтения посетителям, но и знак того, что санитарная уборка в данном туалете завершена.

При изготовлении туалетной бумаги японские производители проявляют необычную креативность и вместе с тем — деликатность. Так, фирма «Мацумото Киёси холдингс» начала производить высококачественную трехслойную туалетную бумагу, упаковки которой сделаны в виде кассетного магнитофона. Туалетная бумага в доме совершенно необходима, но некоторые японцы стесняются выходить с ней из магазина и нести по улице. Для того чтобы не ставить стеснительных покупателей в неловкое положение, фирма производит упаковки туалетной бумаги такой формы, чтобы на нее было приятно смотреть. Такая изобретательность японских инженеров была по достоинству оценена не только в самой Японии. Этот необычный для туалетной бумаги дизайн получил специальную премию iF в Германии и премию креативности D&AD в Великобритании.

Итак, отличительные особенности японских туалетов:

1) каждый туалет в Японии оснащен биде со встроенным гигиеническим душем;

2) рядом с унитазом установлена панель управления, позволяющая регулировать температуру подаваемой воды;

3) в японском туалете очистка гигиенического душа происходит автоматически, а само устройство находится в закрытом отсеке и выдвигается только в момент использования. Устройство надежно защищает унитаз и душ от загрязнения;

4) в каждом японском туалете есть освежитель воздуха. Туалеты дезодорируются по умолчанию, а в некоторых из них имеется специальная кнопка, предполагающая «ускоренную очистку воздуха»;

5) панель управления туалетным комплексом позволяет регулировать напор воды во время пользования гигиеническим душем;

6) в зимнее время года для большего комфорта происходит подогрев сиденья унитаза. Во многих районах Японии в домах отсутствует центральное отопление, поэтому в туалете достаточно прохладно;

7) для создания комфорта и приватности процесса некоторые туалеты автоматически включают «белый шум» или звуковое сопровождение, заглушающее другие звуки. Иногда играет классическая музыка, смешанная с «белым шумом»;

8) некоторые модели унитазов оснащены встроенным гигиеническим массажным душем с функцией вибрации или пульсации. Японцы называют такую систему «массажным очищением»;

9) унитазы японских производителей имеют автоматическую крышку и сиденье. После выхода посетителя из туалетной комнаты крышка унитаза, оставленная поднятой, автоматически закрывается без участия человека;

10) при желании покупателю в магазине может быть предложен унитаз, оснащенный мыльным душем, который добавляется к гигиеническому душу;

11) в японских туалетах обычно стоит автоматический таймер, предназначенный для контроля расхода электроэнергии. Он работает таким образом, чтобы помещение туалета было всегда теплым и уютным, когда члены семьи им пользуются, но холодным, когда все уходит на работу или в школу. Усовершенствованные модели туалетов запоминают используемый режим и экономят электроэнергию автоматически;

12) туалеты фирмы *Toto* изготавливаются из нового самоочищающегося материала. В них встроена функция слива «торнадо», которая работает в режиме самоочистки;

13) туалетные комнаты снабжены специальным ночным светом;

14) в японских туалетах устанавливается специальный фен, подающий теплый воздух;

15) в летнее время года работает система кондиционирования, которая охлаждает воздух в жаркие дни;

16) использование биде стало весьма популярным в Японии, и фирма *Toto* разработала специальные доступные портативные устройства *Travel Washlets* с сильным напором воды, для того чтобы иметь возможность привести себя в порядок в общественных туалетах, где отсутствует гигиенический душ. Стоимость такого устройства невысокая — до 100 долларов, и оно легко умещается в женскую сумочку;

17) в Японии разработаны экспериментальные модели туалетов, которые могут брать у человека медицинские анализы и при помощи интернета отправлять их врачу и получать от него результаты. По сути, получается, что туалеты в Японии вступают в диалог со своими владельцами и могут измерять его вес, давление, уровень сахара в моче. Такие новые модели туалетов, безусловно, весьма полезны для инвалидов, поскольку снабжены также устройством для подъема и пересаживания в коляску, что крайне востребовано у пациентов с ограниченными двигательными возможностями.

Многие европейцы и американцы, приезжающие сегодня в Японию, не всегда бывают готовы быстро освоить сложную панель управления в японских туалетах. В газете *Washington Post* было опубликовано весьма показательное интервью одного американского дипломата, повествовавшего о своем «опыте общения» с панелью японского туалета, когда он был приглашен на званый ужин к своему знакомому. Пытаясь нажать на кнопку слива в туалете, американец случайно задел на панели кнопку, отвечающую за звуковое оформление, в результате чего комната наполнилась приятными мелодиями. Вторая его попытка посетить туалет в течение вечера также закончилась неудачей, так как он включил фен-сушилку с теплым воздухом, хотя фен ему был не нужен. В отчаянии американец нажал на следующую кнопку и стал наблюдать, как из-под ободка унитаза медленно выдвигалось нечто похожее на водяной пистолет и направило на него мощную струю теплой воды, обрызгав комнату и зеркало. Дипломату пришлось потратить около десяти минут, чтобы ликвидировать все последствия его неудачного посещения туалета, прежде чем он смог вернуться к гостям.

Современные статистические данные свидетельствуют о том, что около 70 % японских жилищ оборудованы туалетами со встроенными биде, однако это факт вызывает тревогу у защитников природы, которые считают, что «умные» туалеты потребляют слишком много электроэнергии и воды и сильно загрязняют окружающую среду. Вместе с тем обладатели японских «умных» туалетов, например из числа известных американцев, включая таких звезд, как Мадонна, Брэд Питт, Деми Мур и др., считают, что пользоваться такими туалетами — одно удовольствие, и они не могут отказать себе в этом, несмотря на все технические сложности.

В 2012 году стало известно, что японское общество инженеров-механиков включило сиденья для туалетов фирмы *Toto* со встроенным биде модели 1980 года в лист наследия инже-

нерной мысли. Впервые столь экзотичный аксессуар повседневной жизни был удостоен высокой награды. Данное изобретение японской инженерной мысли стало историческим и культурным наследием Японии, признанным во всем мире.

2.14. Регулярная утренняя зарядка – залог здоровья японцев

В повседневной жизни японцы многое делают для того, чтобы снимать ежедневные стрессы и постоянно следить за своей физической формой. Любые физические нагрузки имеют особое значение, прежде всего, для тех людей, чья работа связана с сидячим, малоподвижным образом жизни. Японцы весьма внимательно относятся ко всем этим «мелочам», справедливо полагая, что, упустив их, можно прозевать и свое здоровье.

Предметом национальной гордости японцев является организация регулярных занятий физической культурой по радио, того, что называется радиозарядкой. По всей стране в учреждениях, на промышленных предприятиях и даже на стройплощадках трудовой день в Японии начинается с гимнастики, которая длится пять-десять минут. Упражнения состоят из набора простых движений, поворотов туловища, наклонов спины, прыжков, что составляет привычный комплекс телодвижений. Такие физические упражнения может выполнять любой человек в любом месте и в любое время начиная от школьников и заканчивая пенсионерами. Организация производственной гимнастики не связана с большими денежными затратами, но приносит ощутимую пользу для организма человека.

В период летних каникул японские дети в рамках привычного для них распорядка дня, связанного с ранним подъемом, по утрам собираются на детских площадках и под музыку все дружно делают утреннюю зарядку. Ее организуют районные

родительские комитеты и органы местного самоуправления. Дети приходят в 6:30 утра на детскую площадку возле своего дома или на школьный двор и все вместе делают гимнастические упражнения. В начале каникул каждому ребенку выдается карточка участника утренней зарядки, клетки которой соответствуют датам календаря. Каждый день ребенок обязан зарегистрировать свою карточку и получить печать присутствия — по одной печати на каждый день.

Те школьники, которые не пропускают ни одного утреннего занятия и имеют карточку со всеми проставленными печатями, получают в конце каникул специальный приз. Заполненные карточки дети сдают в школу в сентябре, и материалы приобщаются к личному делу школьника.

В Японии трудно найти человека, который бы не принимал участия в утренней зарядке. Передачи транслируются по всей Японии телерадиовещательной корпорацией NHK в утренние часы, поэтому ее и называют «утренняя радиозарядка». Передача существует в Японии уже около 90 лет и стала частью японской культуры. Учитывая, что в стране быстрыми темпами идет процесс старения населения, утренняя зарядка, которой все «возрасты покорны», рассматривается японцами как эффективный способ помочь пожилым людям поддерживать хорошую физическую форму.

Идея японской радиозарядки впервые была реализована на практике после цикла радиоуроков утренней аэробики, которые транслировались по американскому радио еще в 1925 году, в рамках политики оздоровления нации, проводимой страховой компанией «Метрополитэн». Первая трансляция радиозарядки в Японии началась в 1928 году. Правда, в 1930-е годы по причине подготовки Японии к войне утренняя радиозарядка исчезла из эфира, но после окончания войны эта традиция была восстановлена и продолжается до сих пор. Секретом такой приверженности японцев радиозарядке считается продуманность и исчерпывающий подбор

физических упражнений, а также стремление японцев сохранять свои традиции и обычаи.

Современная радиозарядка состоит из двух чередующих друг друга комплексов упражнений, которые хорошо известны всем ее участникам. Выполнение каждого комплекса требует 3 минуты 15 секунд, и за это время человек успевает сделать тринадцать упражнений разного типа: аэробные, на растяжку, на равновесие, а также движения, способствующие укреплению мускулатуры ног и рук. Комплекс упражнений составлен таким образом, что задействованы все мышцы тела. Постепенно, как считают японцы, мышцы должны стать упругими, а тело — выносливым.

Радиозарядка транслируется на средних волнах АМ с понедельника по субботу четыре раза в день и один раз — в воскресенье. Кроме того, зарядку транслируют по телевидению по три-четыре раза в день, а в субботу и воскресенье — по одному разу в день. Послушать трансляцию возможно на радио *NHK-world/Radio Nippon*. С учетом повышенного внимания японцев к своему здоровью в стране большую популярность приобрела передача «Гимнастика для всех», которая подходит для людей любого возраста и пола. Упражнения можно делать сидя на месте, прямо перед телевизионным экраном.

Японские власти заинтересованы в популяризации радиозарядки и в расширении аудитории ее слушателей, ставя перед собой задачу охватить все слои населения. Министерство образования, культуры, спорта, науки и технологий Японии координирует культурно-образовательную политику в этой области. Оно проявляет креативность в деле оздоровления нации и привлекает к популяризации радиозарядки различные музыкальные группы. Особым вниманием пользуются участники японского дуэта *Юдзу* (Юдзин Китагава и Кодзи Ивасава), которые выступают на сцене более 40 лет и неизменно начинают свои выступления с рекламы утренней зарядки, где принимают участие и сами исполнители, и публи-

ка, и рабочие сцены — словом, все, кто присутствует в зале. Такой артистический прием помогает создавать атмосферу единения с поклонниками здорового образа жизни, что еще больше поднимает популярность группы, хорошо зарекомендовавшей себя исполнением в стиле *Live&Radio-зарядка*.

В марте 2011 года после Великого восточно-японского землетрясения в Исиномаки (префектура Мияги), в котором, по состоянию на 10 сентября 2018 года, только официальное число погибших в 12 префектурах Японии составило около 16 тысяч человек, японские власти, чтобы морально и психологически поддержать жителей и попытаться вернуть их к привычной жизни, начали транслировать радиозарядку на местном диалекте (передача получила название *Орахо-но радзю тайсо*). Это была именно та самая радиозарядка, с которой выросло не одно поколение японцев и которую многие помнили с самого детства, зазвучавшая на языке местных жителей, больше всего пострадавших от стихийного бедствия. Эту уникальную запись утренней зарядки выпустили на компакт-диске, и она поступила в широкую продажу, а все вырученные от этого средства были перечислены в фонд восстановления региона.

Японцы, работающие за рубежом, стараются и за пределами Японии жить в привычном для них ритме повседневной жизни, делая, в том числе, традиционную утреннюю зарядку. Радиозарядка звучит для них на Гавайях, в Бразилии, Перу, т.е. везде, где проживает японская диаспора. Во всех этих странах есть немало любителей японской радиозарядки. В центральной части Южной Америки волонтеры Японского агентства международного сотрудничества вместе с местными работниками создали испаноязычную версию радиозарядки, которая доступна широкому кругу людей. Ее можно приобрести также и на DVD. Шесть с половиной минут физических упражнений, о которых с уважением отзываются даже самые известные специалисты в области физической

культуры и спорта, — и человек начинает чувствовать себя бодрым и снявшим стресс. К тому же немаловажно, что все это японцы получают совершенно бесплатно!

2.15. Особая забота японцев о водителях преклонного возраста

Япония известна во всем мире как страна с большим числом долгожителей, в которой более четверти всего населения составляют люди старше 65 лет. Однако стареющее общество объективно сталкивается с большим количеством проблем, в том числе с ростом ДТП с участием пожилых людей, когда водители просто физически не могут иметь такую же быструю реакцию на дороге, какую имеет молодой человек, несмотря даже на весь накопленный водительский опыт. В аварийных ситуациях возраст водителя является серьезным препятствием в процессе принятия единственно верного решения, а когда такой момент наступает, то пожилые водители и во все путают педали и вместо тормоза нажимают на газ. Японские власти рассматривают возможность ограничить доступ пенсионеров к управлению транспортными средствами ради их же безопасности.

Газета *Нихон кэйдзай симбун* как-то сообщала, что местные власти хотят предложить водителям в возрасте старше 75 лет добровольно отказаться от управления транспортными средствами в том случае, если те не оснащены системами предотвращения столкновений. Правительство Японии ведет трудные переговоры с автопроизводителями, чтобы такими системами были оборудованы даже недорогие автомобили, которые пользуются большим спросом у пожилых автолюбителей. Власти страны всерьез озабочены проблемой роста количества ДТП и обязывают водителей старше 75 лет проходить регулярные медицинские осмотры на предмет выявления у них признаков деменции.

В Японии сегодня разработан специальный знак — *корэй-ся*, который должны прикреплять на свои автомобили водители старше 75 лет. Они размещают такой знак под стеклом спереди и сзади автомобиля, с тем чтобы информировать участников дорожного движения о том, что за рулем находится пожилой человек.



Местные власти пытаются поощрять автомобилистов пенсионного возраста, чтобы последние добровольно отказывались от своих водительских удостоверений. Так, например, власти префектуры Айти на острове Хонсю решили оригинальным образом простимулировать водителей пенсионного возраста. Отказавшимся от своего водительского удостоверения пенсионерам выдается сертификат, дающий 15% скидки на комплексный обед в 176 ресторанах сети *Sugakiya*. Он включает мясной бульон, рис и салат. На столь неординарный шаг японские власти заставила пойти печальная статистика. Значительная часть ДТП в Японии в настоящее время происходит именно по вине водителей старшего возраста.

2.16. Готовность японцев к стихийным бедствиям как часть их повседневной жизни

На протяжении всей своей длительной истории японцы постоянно сталкивались с разрушительными природными стихийными бедствиями — землетрясениями, цунами, в результате которых всегда возникала угроза их жизни и здоро-

вью, происходило разрушение или уничтожение материальных ценностей, окружающей природной среды и т. п.

Японские власти регулярно выпускают специальные пособия для жителей крупных городов, в которых публикуются полезные советы, как им следует себя вести в чрезвычайных ситуациях. Один из последних таких справочников был выпущен столичной мэрией в мае 2020 года. Он называется *Токё босай* — руководство по чрезвычайным ситуациям для жителей Токио. Это лаконичное и наглядное издание сразу же привлекло внимание японских СМИ. Данный справочник не шел ни в какое сравнение со скучными и маловыразительными публикациями на эту важную тему, выпущенными ранее. В новой книге четко и в доступной форме были классифицированы типы катастроф и возможные последствия от ударов стихии. Издание хорошо иллюстрировано в привычном для японцев стиле *манга*, а главным персонажем-талисманом авторы справочника выбрали... носорога!

Важнейшей отличительной чертой всех инструкций по конкретным действиям населения в случае стихийных бедствий является их практическая направленность и полезность. Авторы пособия обращают внимание жителей на такие аспекты их поведения, как правильный подбор первоочередных продуктов питания, выбор продуктов с долгим сроком годности, а главное — на подготовку «энзэ» (НЗ — неприкосновенный запас) в непредвиденных обстоятельствах. Токийские власти поощряют горожан делать продуктовые запасы, стремясь убедить их в том, что подготовка к стихийным бедствиям должна проводиться заблаговременно и не вызывать ненужную панику, она должна быть частью повседневной жизни людей.

В опубликованном руководстве можно также найти много практических советов по выживанию в экстремальных условиях. Например, как обойтись без привычных в обиходе вещей, заменив их теми, что окажутся под рукой, как обычная

газета может стать надежным утеплителем под одеждой, как с ее помощью при переломах костей наложить шину и зафиксировать ее оберточным материалом, а из пластиковых бутылок сделать чашки и тарелки. В справочнике рассказывается, как использовать пластиковые пакеты в качестве утеплителей, как их правильно надевать поверх обуви и привязывать к подошвам вместе с дощечками, которые помогут уберечь ноги от травм при ходьбе, например, по осколкам битого стекла, и т. п.

Руководство по действиям в условиях чрезвычайных обстоятельств издано в яркой желтой обложке и включает 300 страниц текста с рисунками, картами, таблицами и конкретными инструкциями для каждого типа стихийного бедствия: землетрясения, извержения вулкана, ракетного нападения, вспышки инфекционных или вирусных заболеваний и др.

Власти Японии весьма серьезно относятся к проблеме заблаговременной подготовки своего населения к стихийным бедствиям и правильного поведения во время природных или иных катастроф. Японские дети начинают изучать действия в случае катастроф с раннего возраста, в школе регулярно проводятся просветительские кампании и тренировки. Каждый японский школьник знает о Великом землетрясении в районе Канто, произошедшем в 1923 году, которое унесло жизни более 100 тысяч жителей и опустошило Токио.

Можно сказать, что власти добились того, что каждая семья в Японии всегда готова к чрезвычайным обстоятельствам. Специальные товары для использования во время катастроф можно свободно купить в магазинах, а некоторые торговые заведения выделяют даже целые отделы для таких изделий. Популярны продукты длительного хранения, в том числе бутилированная вода и различные виды консервированной пищи, такие как сухие галеты *кампан*, консервированный хлеб и продукты в нагревающейся упаковке. Можно приобрести также надувные матрасы с теплоотражающими

«космическими одеялами», долго сохраняющими тепло; специальные туалетные принадлежности, которые используются при отсутствии проточной воды.

Во время землетрясений японцы сталкиваются со случаями падения мебели, что крайне опасно для жизни, так как часто это является основной причиной смерти и получения многочисленных травм. Поэтому в магазинах представлен большой ассортимент различных фиксаторов, с помощью которых мебель можно жестко закрепить, — это и двусторонние липкие ленты, удерживающие телевизоры на подставках, и кронштейны с ремнями, не позволяющие шкафам опрокидываться. Чтобы избежать травм, используются также металлические шлемы и шапки, защищающие человека во время эвакуации от падающих небольших обломков черепицы, битого стекла и т.п.

В продаже в Японии всегда доступны специальные радиоприемники со встроенными фонариками, которые можно подзаряжать с помощью вращающейся рукоятки. Некоторые модели такой техники могут быть также использованы для подзарядки мобильных телефонов. Японская инженерная мысль разработала для экстренных случаев специальный светодиодный фонарь на соленой воде, работающий восемь часов, прежде чем ему потребуется смена воды для подзарядки.

Власти Японии выступили с инициативой создания специальных мобильных комплексов в качестве мер по подготовке населения к действиям в условиях чрезвычайных обстоятельств. В этих модулях имеется особое техническое оборудование, позволяющее, например, использовать канализационные люки для организации простых туалетов, которые со всех сторон будут закрыты прорезиненными палатками, а обычные уличные скамейки — трансформировать в кухонные плиты, предварительно сняв с них сиденья. Импровизированные модули обязательно снабжены генера-

торами для освещения, работающими от накопленной днем солнечной энергии, а также ручными водяными насосами на случай, если основные линии водоснабжения выйдут из строя.

Японские специалисты-сейсмологи подсчитали, что вероятность сильного разрушительного землетрясения в Токио в ближайшие 30 лет составляет 70%. Это значит, что уже сегодня должны быть приняты повышенные меры предосторожности, которые снизят ущерб и количество жертв среди гражданского населения. Разумеется, многое зависит от случайных факторов, которые заранее трудно предвидеть, однако готовность к стихийным бедствиям может увеличить шансы на выживание в случае таких катастроф. Токийская мэрия определила первоочередные меры, которые включают: обеспеченность питьевой водой, компактными газовыми плитами, канистрами, медикаментами повседневного спроса, туалетами для использования в чрезвычайных ситуациях, фонариками, батарейками, радиоприемниками (с возможностью ручной подзарядки и т.п.), пластиковыми пакетами и оберточным материалом.

Каждая префектура Японии также выпускает подобные руководства, которые доступны местному населению. Вместе с налаженной системой оповещения это поможет минимизировать ущерб и уменьшить возможные человеческие жертвы.

2.17. Громкий плач как средство для снятия стресса

Жизнь в Японии представляется ее жителям достаточно динамичной и напряженной, поэтому многие из них в той или иной степени подвержены стрессу. При этом стресс носит практически постоянный характер, и японец может находиться в состоянии нервного перенапряжения иногда чуть ли не круглые сутки. Именно стрессовое состояние организма становится причиной многих заболеваний, и японские врачи

постоянно работают над проблемой снижения уровня стресса. Медики выделяют следующие виды стрессов:

- психологический;
- эмоциональный;
- дистресс (разрушительный процесс, относящийся к длительному стрессу, при котором происходит мобилизация и расходование и «поверхностных», и «глубоких» адаптационных резервов. Такой стресс может переходить в психическую болезнь — невроз или психоз. С дистрессом организм не может справиться самостоятельно);
- эустресс (вызывается положительными переживаниями, но последствия для организма не менее тяжелые);
- совокупный стресс, который формируется всеми видами стресса одновременно.

Иногда у японцев можно наблюдать стресс с проявлениями элементов агрессии, когда человек становится неуправляемым, способным совершать действия, опасные для себя и окружающих. Многие специалисты-невропатологи расценивают такой вид стресса как выплескивание наружу накопившегося нервного перенапряжения. Но можно наблюдать и другую крайность в поведении человека, когда он уходит в себя и ему все становится совершенно безразлично.

Ученые разных стран пришли к единому мнению, что главным источником стресса является тяжелая умственная или физическая деятельность, сопряженная с частыми нервными переутомлениями и полным отсутствием возможности восстановить силы организма. В экономических условиях Японии, если прибавить к этому тот факт, что японцы очень много работают, не стоит удивляться, что они пытаются найти любые новые эффективные методы борьбы со стрессом.

Некоторые из найденных методов могут удивить кого угодно! Так, в каждой организации и на любом предприятии японцы организовали специальные помещения для снятия

стресса. Японские психологи обнаружили, что главная причина нервного перенапряжения — это гнетущее чувство опасности быть уволенным с работы, а фактор оказаться безработным в Японии связан с потерей лица, и потому он сильно давит на психику. В какой-то момент этот страх переполняет японца и может даже привести к нервному срыву, переходящему в агрессивное поведение. Вот на такие случаи японцы предусмотрели организацию специальных помещений для релаксации и снятия стресса. В них имеются спортивные тренажеры, музыкальные центры, оборудование для просмотра видеофильмов и т. п.

Сегодня в Японии набирает популярность система «занятий по плачу», которые проводят в школах и компаниях, чтобы снять стресс и поддержать психическое здоровье сотрудников и учащуюся молодежь, так как, по мнению экспертов, слезы и плач — естественный способ самозащиты от накопленного перенапряжения. Все больше японских компаний и школ поощряют своих сотрудников и учеников, чтобы они чаще плакали, оправдывая это тем, что плач является эффективным способом снять стресс и улучшить свое психическое здоровье. Слезы, которые обычно сопровождают плач человека, расслабляют вегетативную нервную систему, стимулируют парасимпатическую нервную активность.

«Плач — это акт самозащиты от накопления стрессов», — говорит профессор Медицинской школы Ниппон Умихара Дзюнко. Он часто приводит пример учителя средней школы Ёсиды Хидэфуми, который в течение пяти с половиной лет постоянно плакал, называя себя *намида сэнсэй* («учитель плача»). Он рассказывал своим ученикам о пользе плача, читая лекции в школах и компаниях по всей стране. «Плач более эффективно снижает стресс, чем смех или сон», — любил повторять Ёсида.

Заботясь о психическом состоянии нации, в 2015 году японские власти разработали и приняли закон, обязываю-

щий руководителей японских компаний с численностью персонала свыше 50 человек непременно тестировать своих сотрудников на стрессоустойчивость.

Человеческий плач помогает улучшать самочувствие и укреплять здоровье. Так считают не только японские ученые, но и специалисты-невропатологи из Университета Миннесоты в США. В ходе проведенного исследования они выяснили, что плач улучшает самочувствие человека в 88,8 случаев из 100. Поплавав, люди снижают чувство перенапряжения, раздражительности, хотя ошибочно принято считать, что настоящие мужчины должны сдерживать свои эмоции, так как плач в глазах окружающих их людей считается признаком слабости.

С физиологической точки зрения плач — это природная защита организма, которая помогает снижать ощущение боли. Более того, сдерживать слезы чрезвычайно вредно, потому что «задушенные» негативные эмоции не исчезают, а копятся и делают человека эмоционально неустойчивым, склонным к раздражению и гневу. В то же время в процессе плача человек освобождается от химических веществ в крови, уровень которых может резко возрасть в момент эмоционального перенапряжения. И если напряжение не снять, то увеличивается риск сердечного приступа и нарушения мозгового кровообращения.

Многие японские врачи знают, что за выделение слез отвечает гормон пролактин, который помогает снижать уровень эмоционального напряжения и укреплять иммунную систему. У женщин уровень пролактина в крови выше, чем у мужчин, а во время беременности его уровень еще больше повышается. Японцы считают, что хорошенько «выплакаться» действительно может быть полезно для здоровья, но для этого необходимо, чтобы плачущему человеку кто-то из окружающих оказывал психологическую поддержку.

Сегодня в Японии появилась и уже завоевала популярность новая услуга: компании нанимают для своих сотрудников профессиональных «учителей слез» — *икэмэсо*, которые должны помогать им снимать стрессы прямо на рабочем месте. В служебные обязанности таких учителей-мужчин входит не только деликатно утешать плачущую женщину, но для начала заставить ее заплакать. Для этого участницам демонстрируют грустные фильмы, рассказывают трогательные истории или дают послушать эмоциональные песни. После окончания такого сеанса женщины утверждают, что как только они поплачут, они чувствуют себя намного лучше, как будто бы сбросили напряжение.

Услуги *икэмэсо* обходятся в 70 долларов за сеанс, в компаниях, предоставляющих такой сервис, работают по 5–6 специалистов, которые являются профессионалами своего дела: они имеют привлекательную внешность и специальные психологические навыки, которые помогают им в короткие сроки «обрабатывать» психику своих пациентов в заданном направлении.

Компании *икэмэсо* впервые стали предоставлять свои услуги в сентябре 2018 года, и с тех пор количество заказов у них только растет. Сегодня одна такая компания может обслужить до десяти предприятий в месяц. Важно заметить, что в числе ее клиентов только женщины, так как мужчинам компания услуги «по плачу» не предоставляет.

2.18. Что и как пьют японцы

Япония — страна, поражающая воображение своими неповторимыми традициями. 1 октября каждого года отмечается День национальной рисовой водки *sake*, называемой *нихонсю*. День *sake* был учрежден Центральным собранием профсоюза виноделов Японии в 1978 году в качестве профессионального праздника. 1 октября было выбрано неслучайно: к началу

октября созревает новый урожай риса, и у виноделов начинается новый год виноделия.

Относительно японского саке существует множество различных легенд и мифов. Взять хотя бы название. Традиционное саке известно всем японцам как «рисовая водка», хотя саке не может быть водкой хотя бы потому, что его крепость не превышает 18 градусов, тогда как крепость водки — не меньше 40. Отличает японское саке от водки и то, что оно не может храниться долго, и обычно напиток рекомендуют употреблять в течение года.

Для производства саке используют воду различного качества. Так, если в технологическом процессе применяется жесткая вода, то получается «мужское» саке с сухим крепким вкусом. Такие виды напитка традиционно готовили в городе Кобе. Вода средней жесткости подходит для большинства сортов саке. Но если в производстве напитка используется мягкая вода, то напиток получается «дамским», отличающимся сладковатым вкусом. Обычно такие сорта саке производят в городе Киото.

При приготовлении саке японцы используют множество технологических секретов. Главный из них заключается в том, что используемые рисовые зерна шлифуют, убирая грубые верхние слои. Произведенный из них продукт носит название *дзюммай-сю*, что переводится как «чистое рисовое саке».

Процесс ферментации саке также имеет ряд особенностей. Обычная, стандартная ферментация предполагает такую шлифовку риса, при которой он теряет до 40 % своей массы. В результате рабочего процесса конечный продукт получает название *хондзёдо-сю*. Есть вариант медленной ферментации саке, или *гиндзё-сю*. В этом случае рис, из которого готовится напиток, после своей шлифовки также теряет более 40 % своей первоначальной массы. И, наконец, существует саке премиум-класса. Это, как говорят японцы, «великое саке

медленной ферментации». Рис в данном случае теряет больше 50 % своей массы, и получается чистый рисовый шедевр под названием *дайгиндзё-сю*.

Саке обычно подается слегка подогретым в керамических рюмочках — *сакадзуки*. Несмотря на широкое употребление японцами пива, саке по-прежнему остается основным напитком многочисленных национальных праздников и рядовых застолий.

Считается, что назначение этого алкогольного напитка — не столько вызвать опьянение в организме, сколько согреться и расслабиться. Японцы, проживающие на островах в Тихом океане, всегда были вынуждены бороться со стихией. Именно по этой причине традиционные японские дома всегда строились таким образом, чтобы они не только защищали жителей от сурового климата, но и обеспечивали бы им комфорт и тепло. Внутри дома японцы предпочитали холодными зимними вечерами в свое удовольствие попивать теплое саке, которое согревало не только их тело, но и душу.

Однако саке для японца больше, чем просто средство для создания комфортных условий в организме, — оно также всегда выполняло важную социальную роль, которая заключалась в стирании (пусть и временном) границ в системе иерархической сословности в обществе, выравнивало, так сказать, социальный статус японцев. Дело в том, что как только в общественные отношения «вступает» алкоголь, все «недоступное» становится «доступным», многие условности и жесткие ограничительные нормы поведения исчезают, а те правила, которыми японцы руководствуются в повседневной жизни, растворяются в аромате саке. Когда японец или японка находятся под хмельком, они как бы сбрасывают с себя стыдливость и становятся более естественными и открытыми. В этой ситуации им прощаются многие прегрешения их «трезвой жизни» начиная от непродуманных высказываний в адрес начальника до сексуальных домогательств к своим

сослуживцам. Но это допустимо только при одном условии: на следующий день японец должен прийти на работу свежим и трезвым, как стеклышко.

До недавнего времени наличие алкоголя в крови водителя снимало с него ответственность за совершенное дорожное происшествие, виновником которого он являлся, а отнюдь не отягощало преступление! Водитель отделялся легким наказанием, но только в том случае, если мог доказать, что был нетрезв, и потому не отвечал за свои действия. Однако это положение недавно было пересмотрено: согласно новому закону допустимый уровень алкоголя в крови водителя должен быть равен нулю. Другими словами, сегодня в Японии запрещено садиться за руль после принятия спиртного.

Согласно традициям любой японской компании новый сотрудник не может быть принят в качестве «своего» в коллективе до тех пор, пока он не «раздавит» одну-другую бутылочку со своими коллегами. Японцы убеждены, что взаимное доверие рождается только тогда, когда от выпитого у сослуживцев развязываются языки, а барабанные перепонки лопаются от грохота в залах *караоке*.

Надо отметить, что молодое поколение «белых воротничков» старается избегать прежних традиций, им претит пьяная разнузданность сослуживцев и позднее возвращение домой. Молодые люди предпочитают тихо посидеть за компьютерами и спокойно насладиться жизнью без шумных застолий. Однако, с другой стороны, при поступлении на работу жизнь вынуждает их заводить новые знакомства, полезные связи, и старая японская традиция пить саке или пиво в рестораниках и кафе берет свое. Только сегодня японцы в тех же целях больше пьют не саке или виски, а клубнично-молочный коктейль или экзотический чай.

Таким образом, можно сказать, что сегодня в Японии жители продолжают согреться попивая саке, но это не един-

ственный алкогольный напиток, который пользуется популярностью. Большое распространение получили пиво и виски.

Постепенно признание получают и новые экзотические алкогольные напитки, которые пьют, в том числе, и в молодежной среде. К ним следует отнести, например, *йогуртино* (*йогурито*). Это алкогольный напиток, приготовленный на основе обычного йогурта, но было бы ошибкой думать, что он сладковатый и относится к разряду молочных продуктов. *Йогуртино* имеет острый вкус ликера, причем настолько сильный, что японцы предпочитают разбавлять его соком. Хотя есть немало японцев, которые пьют его и в чистом виде.

Любопытно, но производится *йогуртино* не в Японии, а в Голландии, а потом разливается во Франции. Однако продается этот напиток только в Японии. Этот факт трудно объяснить. Ни в одной другой стране мира, кроме как в Японии, невозможно попробовать на вкус этот необычный алкогольный напиток. По сути, он представляет собой спиртосодержащий молочный продукт. Правда, в некоторых странах на прилавках магазинов в последнее время стали появляться подобные напитки, однако это — не настоящий *йогуртино*. Истинный продается только в Японии и нигде больше!

Кроме *йогуртино*, современные японцы охотно потребляют и сливовое вино, которое, впрочем, можно приобрести и в других странах, в том числе и в России, однако пока к таким винам любители выпить относятся как к экзотическому продукту. Сливовое вино готовится исключительно из японских слив и обладает мягким и приятным ароматом и послевкусием. Оно хорошо «идет» под японские суси.

Другим слабоалкогольным фруктовым напитком у японцев считается *тюхай*. Его крепость не превышает 8 градусов, и его охотно пьют японские женщины. Производят *тюхай* из лайма, клубники, груш, слив, ананасов, грейпфрута, пер-

сика, а есть даже напиток из японских апельсинов *микан*, обладающих неповторимым редким вкусом.

Перечисляя новые алкогольные и слабоалкогольные напитки современной Японии, не следует забывать и про такой напиток, как «третье пиво», который появился в стране сравнительно недавно, в начале XXI века. Технология его производства заметно отличается от европейского. Главное отличие состоит в том, что японское «третье пиво» содержит минимальное количество солода. А «третьим» оно называется потому, что «первым» в Японии считается традиционное классическое пиво, «вторым» — напиток, напоминающий пиво, — *халпосю*. А «третье пиво» — это пиво с низким содержанием солода, название которого с японского, кстати, переводится как «сверкающий напиток».

Согласно данным японской компании *Kantar Japan*, японцы занимают 1-е место по ежедневному употреблению алкоголя среди жителей других промышленно развитых стран, включая Великобританию, Францию, Германию, Италию, Испанию, США, Канаду и Австралию. По результатам исследования, проведенного с февраля по март 2017 года среди лиц старше 16 лет, оказалось, что 21 % опрошенных японцев ежедневно употребляют алкоголь, что является самым высоким показателем в мире. Несмотря на то что в разных странах законы устанавливают различные возрастные ограничения для употребления алкоголя, тем не менее в этом исследовании были проанализированы данные о гражданах старше 16 лет. Простую же бутилированную воду пьют только 17%. Средний показатель употребления алкоголя более одного раза в неделю по всем промышленно развитым странам составляет 37 %, тогда как в Японии и Великобритании — 56 %!

Эти статистические данные свидетельствуют только об одном — жесткие иерархические отношения в японском обществе, которые японцы «смягчают» с помощью употреб-

ления алкоголя, могут пагубным образом сказаться на здоровье нации, привести к снижению самого высокого в мире показателя долголетия. Сознывая это, японцы всегда употребляют саке в меру.

2.19. Японцы любят пить кофе и весьма преуспели в создании оригинальных кафетериев

Европейцы традиционно считают Японию страной чая, особенно зеленого. Она прославилась на весь мир своим искусством чайной церемонии, родоначальниками которой были японские самураи. И было бы ошибкой говорить сегодня об обратном. Вместе с тем в современной Японии все возрастающую роль в повседневной жизни ее жителей начинает играть кофейный напиток. Достаточно сказать, что в Японии ежегодно 1 октября празднуется общенациональный праздник — День кофе, что, впрочем, совпадает по дате с Международным днем кофе, который отмечается во многих странах мира также 1 октября начиная с 2015 года. Кофе прочно завоевал любовь японцев, они его пьют ежедневно, он стал частью японской повседневности, своего рода их любимым «наркотиком».

Во всем мире хорошо известна особая склонность японцев к заимствованиям всего нового, передового из-за рубежа. Однако, перенимая у иностранцев новые технологии, идеи и знания, японцы, прежде чем внедрить их в свою жизнь, всегда пропускали их через процесс адаптации к японским реалиям, т.е. преобразовывали их. И только пройдя такую стадию, заимствованные элементы другой культуры трансформировались в Японии до неузнаваемости, приобретая исконно японские черты и быстро занимая свое место в японской культуре.

Нечто похожее произошло с вхождением кофейного напитка в чуждую ему японскую повседневность. Кофе в Япо-

нию пришел из Африки, через Ближний Восток, Европу и Америку. Сегодня в мире многие вспоминают Великий Шелковый путь, проложенный еще во II веке до н.э. (это делается в связи с пропагандой китайской стратегической инициативы «Один пояс и один путь», включающей ряд проектов морских и сухопутных путей между Европой и Китаем под общим названием «Новый Шелковый путь»), но при этом мало кто упоминает о Великом кофейном пути, хотя он также насчитывает не менее двух тысячелетий.

Первые упоминания о кофейных зернах были связаны с эфиопской провинцией Каффа, от которой, собственно, и пошло само название «кофе». Считалось, что напиток из кофейных зерен должен придавать силы и поддерживать тело исламских паломников, приверженцев суфизма (религиозное течение в исламе, проповедующее аскетизм и повышенную духовность).

К середине XV века кофейные зерна уже «прошли» длинный путь с Аравийского полуострова в Азию, повсюду оставляя за собой первые в мире обширные кофейные плантации. Любопытно заметить, что распространение кофейного напитка в мире в начале пути сопровождал ислам, и даже первые кофейни были открыты именно в священном для всех мусульман городе Мекка. А далее он продолжил свое шествие по всему арабскому Востоку.

И каждая цивилизация, по мере прохождения напитка по Великому кофейному пути, оставляла в процессе распространения кофе по миру свой отпечаток. Например, Йемен, который сохранял монополию на кофейные зерна на протяжении нескольких веков, впервые ввел технологию обжарки зерен. Йемен торговал кофе через свой город Мокка, расположенный на берегу Красного моря. Территория Йемена была сплошь засажена кофейными деревьями, максимальное количество которых находилось в Мокке, где даже склоны гор были покрыты этими деревьями. С целью сохранения монополии на произ-

водство кофейных зерен Йемен продавал их исключительно в высушенном виде, а иностранцам категорически запрещалось посещать кофейные плантации, чтобы не допустить похищения зерен в другие страны. Однако уже в 1650 году пилигриму Бабе Будан все же удалось похитить семь зеленых бобов кофе мокко и вывезти их на территорию южной Индии, что привело к появлению кофейных плантаций в этой стране и утрате Йеменом монополии на производство кофе.

После попадания кофейных зерен в Турцию турки начали готовить напиток, добавляя в него такие специи, как гвоздика, корица, анис и кардамон. Тунисцы и марокканцы заваривали кофе душистой водой, приготовленной из цветов апельсинного дерева. Представители Западной Африки добавляли в кофейный напиток тонизирующие специи, и с присущим этим народам щегольством в кофе попала шпанская мушка, которая обладает сильным стимулирующим эффектом, а также засушенные лепестки роз и серая амбра со специфическим сладковатым земляным ароматом.

Кофе с момента своего появления в разных странах мира вызывал неоднозначные дебаты вокруг вопроса о своей полезности. Одни считали, что кофе является наркотическим напитком, другие полагали, что он просто вкусный, но, так или иначе, он имел как сторонников, так и противников. Дело доходило до того, что этот вопрос решался на уровне Ватикана, который хотел запретить его распространение в Европе, считая его мусульманским напитком. Рассуждения папы Римского сводились к тому, что христиане пьют вино, тогда как ислам запрещал употребление алкоголя. Соответственно, христианам непозволительно пить кофе, и они должны довольствоваться только вином и чаем.

Однако папа Римский Климент VIII (1536–1605) назвал кофе вкусным напитком и благословил его употребление в европейских странах. Столь необычное решение Святейшего Престола открывало путь для появления новой куль-

туры — культуры кофейных домов. На протяжении последующих ста лет в самых разных уголках Европы, начиная от Венеции, стали открываться «кафе», в которых подавали напиток, изготовленный из кофе. Новый и достаточно прибыльный продукт в виде кофейных зерен, получивший признание во всех европейских странах, купцы стали вывозить в заморские колонии европейских держав, и в частности в Индонезию, а также в Северную и Южную Америку. «Кофейный путь» на этом историческом отрезке совершил новый вираж и весьма запутанным маршрутом попал в Японию.

История проникновения кофе на Японские острова напрямую была связана с пришествием в страну европейцев — португальцев, испанцев, а впоследствии и голландцев. Первые европейцы в Японии стали появляться в середине XVI века. Уже в 1542 году там оказались португальцы, а в 1549 году — испанские миссионеры. Европейские купцы завозили в страну изделия из Китая, а огнестрельное оружие — из Европы. Вместе с испанскими купцами в Японию 27 июля 1549 года на Кюсю прибыл и первый испанский миссионер — иезуит Франциск Ксаверий, который стал активно распространять католичество среди японских феодалов, частично обращая их в свою веру, при этом знакомя с европейской культурой и европейской кухней, что вначале имело немалый успех.

Феодалы острова Кюсю не только приглашали к себе иезуитов и давали им разрешение на свободную проповедь, на открытие школ и церквей, но и более того — принимали христианство сами и обращали в него своих вассалов. Они надеялись привлечь в свои порты побольше торговых кораблей из Европы, а главное — увеличить запасы столь необходимого им огнестрельного оружия. А также поддержка европейцев могла сыграть важную роль в их борьбе с феодалами северных провинций.

Однако появление европейцев на Японских островах заметно обострило междоусобную войну феодалов. Поэтому

не было ничего удивительного в том, что еще сёгун Ода Нобунага (23 июня 1534 — 21 июня 1582), один из наиболее выдающихся самураев в японской истории, посвятивший свою жизнь объединению страны, стал опасаться того, что Япония может быть подчинена влиянию европейских колонизаторов и утратить свою самостоятельность. Ведь испанцы и португальцы принимали самое активное участие в междоусобных войнах на стороне оппозиционных центральной власти сёгуна южных провинций. А в реальности европейской угрозы колонизации японцы могли убедиться на примере захваченных испанцами соседних Филиппин. Существовала также и осязаемая опасность независимости Японии от маньчжуров, подчинивших своей власти Китай и Корею. Сёгунат озадачился проблемой обеспечения национальной безопасности, и ему не оставалось ничего другого, кроме как принять решение о закрытии страны для иностранцев.

Уже в 1636 году правительство *бакуфу* (правительство сёгуна) под страхом смертной казни запретило японцам покидать территорию своей страны без специального разрешения, а также строить большие суда, пригодные для дальних плаваний. В 1638 году, после подавления восстания крестьян-католиков, специальным указом сёгуната Токугава Япония была окончательно закрыта для иностранцев, а в 1641 году, после восстания христиан в Симабаре, сёгунат Токугава официально объявил о введении политики самоизоляции Японии от внешнего мира — *сакоку дзидай* (букв. «страна на цепи»), которая продолжалась на протяжении более двух столетий вплоть до 1853 года.

С 1641 года все контакты с западным миром было разрешено осуществлять только через Голландию, которая проповедовала кальвинизм, являвшийся одним из направлений протестантизма. Голландцам была дана лицензия на организацию торговой фактории на насыпном островке Дэсима в порту Нагасаки. Раз в год Япония разрешала голландским

судам заходить в порт Нагасаки, которые привозили новую команду для смены старой, продукты питания и все необходимое для существования фактории в течение ближайших 12 месяцев.

К этому времени голландцы уже слыли в мире заядлыми любителями кофейного напитка, и кофейные зерна стали регулярно завозиться и в Японию. И хотя официальные власти сёгуната запрещали японским купцам, переводчикам и проституткам вступать в контакт с «рыжеволосыми» голландцами, но, по всей вероятности, именно они могли быть первыми, кто смог попробовать на вкус новый для японцев кофейный напиток.

Первым из японцев, кому представилась возможность попробовать новый напиток — кофе, считается врач из Киото Кай Хирокава, который дважды посетил Нагасаки в конце XVII века и даже прожил там несколько лет. Дело в том, что именно голландская фактория дала толчок для формирования группы японских ученых, получивших название *рангакуся* (ученые-западники), которые работали в области распространения европейских научных достижений в японском обществе. А Хирокава, как врач, был особенно заинтересован в изучении медицинского аспекта воздействия кофе на организм человека. Именно он подробно описал капельный тип первой в Японии кофеварки, а также использование сахара и молока при смешивании в кофейном напитке.

По мере окончания периода изоляции страны уже к 1853 году японские порты постепенно стали открывать двери для приема иностранных судов с европейскими товарами. Тогда же крупная японская торговая компания *Хокодо*, специализировавшаяся, в том числе, и на торговле чаем, в 1867 году направила свой корабль в Индию для закупки там партии кофейных зерен. Вскоре он вернулся с грузом этого экзотического для японцев товара. Это стало началом распространения кофе в Японии, который впоследствии начал

подаваться в специальных заведениях фирмы *Хокодо*, а первые кофейни в Токио появились в 1888 году.

В начале XX века в Японии стали повсеместно создаваться кафетерии *киссатэн*, в которых посетителям предлагали чай, кофе, пирожные. Особенностью таких кафе, однако, было не только то, что там подавали чай или кофе и что-то легкое для закуски, а то, что каждое такое заведение получало свою специфику: в них организовывались музыкальные и танцевальные кафе, литературные кафе и т.д. Появились кафе *бидзин кисса* (в переводе с япон. «кафе красавиц»), где посетителей обслуживали красивые официантки, *мэйкёку кисса* — кафе, в котором звучала только классическая музыка, *джаз кисса* — кафе, где было собрано несколько тысяч дорогостоящих виниловых грампластинок с джазовой музыкой. Во многих таких кафе посетителям запрещалось говорить громко, с тем чтобы не мешать другим слушать музыку или общаться друг с другом.

В Киото и по сей день работает старейшее кафе *цукидзи*, возникшее еще в 1930 году, где играет классическая музыка, стулья обиты красным велюром, и в нем все еще сохраняются «индивидуальные кабинеты» для уединенного наслаждения кофейным напитком. В Киото продолжает работу и другое старинное кафе *Салон дэ тэ франсуа*, на стенах которого развешаны картины кисти западных мастеров. Владелец кафе совершил поездку в Париж, чтобы изучить секреты выпечки истинно французского хлеба, а также почувствовать атмосферу и узнать нравы обитателей Латинского квартала. По приезду в Киото он постарался воспроизвести дух французского заведения, которое стало любимым местом японского студенчества.

Во время Второй мировой войны из-за боевых действий на Тихом океане доставка кофейных зерен в Японию прекратилась, что разрушительным образом повлияло на работу японских кафе-*киссатэн*. Отсутствие натурального

продукта привело к изобретению в Японии альтернативных напитков из соевых бобов, картофеля и корней одуванчика. И хотя японцы хорошо чувствовали разницу во вкусе, но, тем не менее, данный кофейный суррогат поддерживал в их сознании воспоминания о настоящем довоенном кофе и от этого многие получали удовольствие.

После войны кофе вновь появился на японском рынке, что оживило работу японских кафе, среди которых появились и новые заведения. Так, среди послевоенных *киссатэнов* стали возникать *ута-но гоэ кисса*, где всегда стояло фортепьяно, на котором можно были играть и петь вместе с друзьями. Пик популярности этого вида кафетериев пришелся на период подъема демократического движения в Японии в 1950–1960-е годы, когда молодежь использовала эти помещения для встреч и обсуждения политических проблем.

В 1960-е годы, когда в стране возрос интерес к комиксам-манга, владельцы кафе отреагировали на это созданием специальных заведений — *манга-кисса*, в которых всегда можно познакомиться со свежими номерами манга в ожидании своего заказа. Распространение телевидения в 1950–1960-е годы способствовало появлению *теле-кисса*, в которых были установлены телевизионные приемники, отсутствовавшие тогда во многих японских семьях.

Отличительной особенностью японских кафетериев *киссатэн* является то, что они всегда притягивали к себе японскую молодежь. В 1970-е годы в период подъема студенческого движения в Японии в кафе собирався весь цвет японской молодежи, университетской интеллигенции. Кафе являлись местом сбора и жарких дискуссий по наиболее важным жизненным проблемам Японии тех дней.

Однако далеко не все японские кафе были рассчитаны на посетителей из числа любителей обсудить текущие внутриполитические события или подискутировать по международной проблематике. Среди завсегдатаев японских кафе-

териев были и те, кто просто хотел выпить вкусный кофе и съесть пирожные, а также развлечься и снять стресс. К такой категории *киссатэнов* можно было отнести и «кафе без нижнего белья», в которых официантки были наполовину раздеты, а также те, где создавалась специальная романтическая, интимная атмосфера для влюбленных парочек — приглушенный свет, диваны с высокими спинками, отгораживающие посетителей от других людей, и даже наличие занавесок.

Появление большого числа разнообразных кафе в крупных японских городах, несомненно, было симптомом ограниченности и тесноты многих японских жилищ, а также напряженных, стрессовых ситуаций на рабочем месте, когда работнику просто хотелось забыться и где-то отдохнуть. Трудность и даже невозможность организовать встречу с товарищем или коллегой по работе у себя дома вынуждали многих японцев искать альтернативу, которую они легко находили в японских *киссатэнах*.

Динамика открытия и закрытия кафе в Японии невольно отражает состояние японской экономики, показывая, находится ли она на подъеме или в состоянии стагнации и упадка. По мере образования одних проблем в повседневной жизни японцев им на смену приходили новые, что, в свою очередь, отражалось на динамике открытия новых типов кафе, удовлетворяющих запросы японского общества. Так, после того как в 1991 году в Японии лопнул «экономический пузырь», сопровождавшийся сокращением промышленного производства на 10,3 %, падением цен на землю на 40 %, цен на акции на 50 %, ситуация в Японии оставалась достаточно напряженной. Молодежи было трудно найти рабочее место с достойной зарплатой, позволяющей молодому человеку или девушке как минимум снять себе жилье. Поэтому в крупных японских городах уже в 1990-е годы в большом количестве стали появляться новые кафе — интернет-кафе, где молодежь могла

провести целый день за чашкой кофе, поспать и поработать, а за дополнительную плату можно было даже принять душ.

Японцы считают приготовление кофе своего рода перформансом, особенно если речь идет о кофе в сифоне, который называется *габет*. *Габет* — это легендарная кофеварка, которая украшала гостиные французских аристократов начиная с 1840-х годов. Она является любимой кофеваркой многих бариста мира, так как позволяет получить кофе с на удивление богатым и гармоничным вкусом. *Next* стало новым поколением *габетов* от японского короля стекла *Hario*. Кофе, полученный сифонным способом, обладает мягким, деликатным вкусом и высоко ценится среди экспертов.

Устройство *габета* состоит из двух сифонов, уравнивающих при первичной загрузке на специальной подставке. При этом один из них заполняется холодной водой, а в другой засыпается молотый кофе. Оба сифона соединены трубкой-балансиром, через которую из первого сифона во второй попадает горячая вода, нагретая электричеством, которая постепенно покрывает поверхность кофе. При этом второй сифон опускается, а первый — поднимается. При остывании первого сифона постепенно сжимающийся воздух всасывает заваренный кофе из второго сифона обратно в первый. В настоящее время в Японии стали появляться модные кафе с «сифонным кофе», где также подается специальная выпечка для удовлетворения особых вкусов кофейных гурманов.

Стоит обратить внимание и на тот факт, что в стране успешно работают не только японские *киссатэны*. Начиная с 1980-х годов Япония гостеприимно «приняла» франшизу *Coffee Shop Doutor*, которая открыла свой первый филиал в токийском районе Харадзюку. Сегодня по всей стране насчитывается около 1490 его отделений.

В 1999 году в Токио появился кафетерий под брендом *Starbucks*. Это был первый филиал американской компании за пределами США. Благодаря успеху токийского опыта ру-

ководство *Starbucks* приняло решение о создании филиалов по всему миру. Ключевым фактором успеха *Starbucks* стало то, что этот бренд гибко адаптировался к японской культурной среде, а также то, что такой кофе оказался по вкусу японцам. В результате за достаточно короткое время по всей Японии открылось более 1000 кафе *Starbucks*. Спустя год после эффектного выхода *Starbucks* на японский рынок компания *Doutor* запустила новую сеть кафе под названием *Excelsior Cafe*.

Сегодня в Японии работает огромное число новых и старых кафе, и неудивительно, что страна является третьим крупнейшим импортером кофейных зерен в мире и входит, по данным *Euromonitor*, в семерку самых крупных мировых розничных рынков кофе. Разумеется, традиционным напитком в Японии по-прежнему остается зеленый чай, однако наиболее модным сегодня считается кофе.

При этом страна ввозит кофейные зерна, которые выращены на японских плантациях в различных странах мира и по своим собственным технологиям. Это дает японцам основание говорить о производстве «японского кофе». Японцы — производители кофе контролируют не только процесс обработки, но и культивации. Сегодня на японском рынке можно выделить две крупные компании, которые на протяжении длительного периода работают в кофейном бизнесе, стараясь перерабатывать кофейные зерна без потери вкуса и качества.

Это, во-первых, компания AGF (*Ajinomoto General Foods*), которая закупает высококачественные элитные кофейные бобы и более 60 лет радует потребителей вкуснейшим напитком. Она выработала свою собственную оригинальную технологию обработки кофейных зерен, которая предполагает использование охлажденного ниже нуля градусов воздуха, что позволяет быстро охлаждать зерна после обжарки и сохранять полноценный аромат и вкус напитка. Японцы, кото-

рые во всем доверяют только всему отечественному, не делают исключения и для кофе, предпочитая именно японский продукт всем импортированным.

И во-вторых, это компания UCC (*Ueshima Coffee Co*), история которой насчитывает более 80 лет. Кофе UCC всегда ассоциируется с качественным продуктом, а накопленный опыт и новейшие технологии бренда служат гарантом высшего качества кофейного напитка. Продукция компании экспортируется во многие страны мира, что позволяет любителям кофе по достоинству оценить широкий ассортимент и богатую вкусовую гамму кофе марки UCC.

Важно отметить тот факт, что именно UCC стала первой японской компанией, которая напрямую управляет собственными кофейными плантациями в странах — производителях кофе. Так, на плантации UCC на Ямайке, например, культивируется сорт, известный как лучший в мире кофе марки *Blue Mountain*. Особенность этого сорта кофе заключается в том, что его вкус абсолютно лишен горечи и обладает богатым букетом запахов. Такой результат удалось получить за счет того, что вокруг кофейных плантаций высадили множество фруктовых деревьев, что дало возможность кофейным саженцам дышать и впитывать их запахи, а также запах спелых плодов. На Гавайях компания UCC выращивает уникальный сорт кофе *Kona Coffee*, а в Индонезии — кофе *Lintong Mandheling*, который производится из зерен редкого сорта *Arabica Lintong*.

Стоит особо подчеркнуть, что с момента своего образования компания UCC сделала ставку именно на развитие инновационных технологий и внедрение их в производство. UCC — первая в Японии компания, которая построила автоматизированную фабрику по производству обычного кофе, а также начала производить кофе для длительного хранения в вакуумной упаковке, гарантирующей сохранение его аромата и вкуса. Компания имеет запатентованные методы обработки и приготовления кофе. Она создала уникальный музей

кофе UCC в Кобе (*Kobe Port Island*), экспонаты которого подробно рассказывают о 80-летней истории компании. Экспозиция в музее построена таким образом, чтобы посетители сразу окунулись в процесс производства этого уникального напитка.

Руководители японских кофейных корпораций стремятся использовать все новейшие достижения в этой области и помогают своим дочерним компаниям внедрять последние ноу-хау, улучшая качество производимой продукции. Так, в частности, именно эти две ведущие японские кофейные компании впервые стали использовать наиболее дорогостоящий метод производства кофе, а именно: метод сухой заморозки, позволяющий максимально сохранить вкус, аромат и другие свойства натуральных жареных зерен кофе. Кофе, приготовленный по такой технологии, относится к классу *superior*. Надо отметить, что японцы игнорируют напиток без кофеина, так как предпочитают крепкий «полноценный» кофе с бодрящим эффектом.

В японском курортном городе на территории национального парка Фудзи-Хаконэ-Идзу к западу от Токио, который славится своими термальными источниками и прекрасными видами на знаменитый вулкан Фудзи, есть кафе около термального источника Юнэсса, в котором каждый час посетителям наливают свежесваренный кофе из огромного бака. Японские *киссатэны* сегодня превратились в места, где всегда царит спокойная, безмятежная атмосфера, которая, возможно, связана и с другим заметным отличием японской культуры потребления кофе от остального мира — посетители в них надолго не задерживаются, их визиты в кафе всегда кратковременны.

Президент сети японских кафе *Doutor* Ториба Хиромити, продумывая стратегию развития своих предприятий, понимал, что именно необходимо каждое утро многим японцам. В его сознании возникал образ тысяч людей, спешащих на ра-

боту и не имеющих времени на основательный завтрак дома. После продолжительной и утомительной поездки на работу многие японцы просто хотят выпить кофе, чтобы взбодриться, съесть дешевый завтрак, чтобы приглушить голод, и дотянуть до обеда. Так у него возник план по строительству кофейных заведений, способных быстро обслужить поток спешащих на работу посетителей, большинство из которых были готовы принимать пищу стоя для экономии времени. Как показала практика, предположения Хиромити оказались абсолютно верными. Созданная им сеть кафе *Doutor* быстрого обслуживания продержалась в Японии до появления американского конкурента *Starbucks*, который, в свою очередь, развернул внимание японцев в сторону американской культуры потребления кофе — неторопливой беседы «за чашечкой кофе».

Однако владельцам кафе *Doutor* до сих пор удастся сохранить разветвленную сеть своих точек, которых в Японии намного больше, чем *Starbucks*. Из этого следует, что появление на Японских островах конкурирующей американской сети не только не вытеснило полностью японские кафе, но и не разрушило японские традиции и культуру потребления кофейного напитка, для которых всегда было характерно желание быстро взбодриться и побежать на работу, а не смаковать его долго в хорошей компании.

В 2013 году на кофейном рынке Японии подул «свежий ветер перемен» в культуре обслуживания посетителей кофеен в связи с появлением новой услуги. Дело в том, что крупнейший представитель японской сети круглосуточных небольших супермаркетов «7/11», насчитывающей более 16 тысяч филиалов по всей стране, внедрил услугу *7 Cafe*, предлагая посетителям кофе на вынос всего по 100 иен за стакан. От желающих приобрести свежесваренный напиток не было отбоя, ибо японцу надо было всего лишь быстро оплатить его стоимость в кассе, получить бумажный стаканчик нужно-

го размера, подойти к кофеварке и нажать на кнопку, налив себе напиток. Услуга быстро приобрела в Японии широкую популярность, особенно среди офисных работников, которые по утрам забегали в магазин за стаканчиком кофе.

Согласно проведенным статистическим исследованиям, на территории Японии существует более 70 тысяч постоянно действующих кафетериев. Это свидетельствует о популярности этого напитка среди японцев.

Креативность японцев порой не знает границ. Стремясь предоставить японским и иностранным посетителям неограниченные возможности выбора, они предлагают кафе на любой вкус. В токийском районе Синдзюку было открыто кафе, стилизованное под готическую церковь в Испании.

Для любителей японской истории периода *Сэнгоку дзидай* второй половины XV — начала XVII века, когда сёгунат Асикага терял контроль над страной, что привело к децентрализации государственной власти и установлению сёгуната Токугава, в 2010 году в Токио было построено своеобразное кафе. Удивительно, но 70 % его посетителей составляли женщины, интересовавшиеся историей японского Средневековья. Зал кафе был оборудован красочными доспехами воинов-самураев того времени, персонал ресторана встречал гостей и провожал в зал, который был декорирован гербами знаменитых самурайских семейств, элементами военной амуникии периода Сэнгоку.

Продолжая тему тематических кафе в Японии, впервые созданных в токийском районе Акихабара в конце 1990-х — начале 2000-х годов, нельзя не остановиться на так называемых *cosplay-кафе* (от англ. *cosplay* — «костюмированная игра»). Это кафе, где обслуживающий персонал одет как элегантные горничные или дворецкие. Такие кафе стали появляться на японском рынке сравнительно недавно, но сразу завоевали популярность, в первую очередь у японок. Заведение было ориентировано на молодых женщин. Их обслуживали

горничные в розовых одеяниях, относящиеся к гостям, как к королевам: усаживали их на индивидуальный трон, короновили, подавали еду в красивых хрустальных туфельках, использовали украшения из ракушек и других необычных предметов.

Оригинальность подхода владельцев кафе к выбору «тематики» не знает границ — в Токио, например, есть даже кафе, стилизованное под тюремную больницу. Клиента, вошедшего в двери, могут «заковать» в наручники и препроводить в «камеру». Вид ее напоминает заведение для душевнобольных. Вызывать строгую официантку — тюремную медсестру — следует ударом железной палицы о прутья решетки, отгораживающей «камеру» от коридора. Напитки и еду в кафе приносят в посуде, мягко говоря, странного вида: многие предметы напоминают изделия, которые не положено демонстрировать в приличном обществе.

Японцам нравится все необычное, привлекательное, уводящее воображение вдаль от суеты повседневности. Поэтому они и создают новые варианты кафе, которые будоражили бы их воображение.

Помимо непосредственного предназначения кафетериев как небольших ресторанчиков они стали популярны потому, что там можно снять стресс и отдохнуть после трудового дня. И действительно, для современного поколения японцев кафе — это любимое место релаксации. Дело в том, что обычаи и менталитет жителей Японии, формировавшиеся на протяжении тысячелетий, имеют свои особенности, что, впрочем, порой создает определенные трудности для их понимания иностранцами. К разряду таковых можно отнести и времяпрепровождение в кафе, куда многие японцы заходят, чтобы восстановить силы и «вернуться в общество» — реанимироваться после трудового дня. В последнее время большой популярностью у японцев стали пользоваться необычные кафе, к которым относятся такие, как *мэйдо-кафе* и *пэт-кафе*.

Первые заведения *мэйдо-кафе* появились в Японии в начале XXI века и за короткий промежуток времени успели стать своего рода Меккой для кофеманов. В кафе, название которого происходит от английского слова *maid* (в переводе «горничная»), униформа всех юных официанток напоминает одежду французских горничных, с обязательными элементами этого стиля: короткие юбки, длинные черные гольфы, передники с кружевами, заколки и банты в волосах. Хотя униформа официанток *мэйдо-кафе* и стилизована под французскую культуру, идея подобных заведений пришла не из Франции, а из аниме и манга-культуры. Суть ее заключается в том, чтобы молоденькие официантки, работающие в кафе, полностью воспроизводили бы героинь популярных и любимых японских аниме и манга, перенося клиентов из напряженной действительности в атмосферу известных многим в Японии произведений, позволяя людям максимально расслабиться и уйти от городской суеты и проблем.

Первые *мэйдо-кафе* были рассчитаны на *о-таку* — многочисленную группу фанатов аниме и манга, но оказалось, что атмосфера особой беззаботности и очарования, созданная в этих заведениях, привлекала внимание гораздо большей аудитории, в том числе и иностранных туристов. Любопытно, но даже отсутствие в меню *мэйдо-кафе* алкоголя не стало препятствием на пути распространения их популярности. Скорее наоборот, это обстоятельство способствовало притоку числа посетителей за счет школьников, которые с удовольствием заказывали себе чай, кофе, нехитрые европейские блюда и, конечно, десерты. Особой «фишкой» большинства *мэйдо-кафе* стало воссоздание наиболее популярных эпизодов фильмов манга, например в виде «струйки кетчупа» на заказанных блюдах по желанию клиента. Данная услуга, как и весь набор остальных, была призвана подчеркнуть услужливое отношение заведения к дорогим гостям и про-

демонстрировать готовность сделать все, что возможно, для того, чтобы доставить им удовольствие.

В токийском районе Акихабара, являющемся своего рода центром притяжения любителей аниме и манга, сосредоточено значительное число *мэйдо-кафе*, однако их немало и в других районах японской столицы, равно как и во многих других городах страны, где проживают фанаты этого вида японской поп-культуры.

В последнее время в Японии стали популярны и другие необычные кафе, где неутомимые владельцы подают своим клиентам «кусочек счастья». Это так называемые *пэт-кафе*, места, в которых можно отдохнуть в компании кошек или других животных, помогающих снять стресс городской жизни, избавиться от усталости и поднять настроение. Начиная с 2004 года в Японии кафе с животными стали распространенным национальным явлением. В каждом японском городе, например, можно встретить *нэко (кэт)-кафе*, где посетителей приветливо встречают кошки различных пород, окраса и размера. При этом с каждым годом кафетерии с животными становятся все более экзотичными и более разнообразными: «сотрудниками» кафе становятся собаки, кролики, совы, ежики, рептилии. Животные, окруженные любовью персонала кафе, готовы радовать своих гостей и дарить им удачу.

Первые *пэт-кафе* в странах Восточной Азии появились в 1998 году на Тайване. Однако японцы быстро перехватили эту «инновацию» и стали активно внедрять тематические кафе такого рода у себя дома. При этом им удалось вдохнуть новые идеи в этот проект, популяризировать его и сделать особой достопримечательностью Японии. В своих *пэт-кафе* японцы уделяют большое внимание различным деталям, включая, например, тематический подбор посуды. Посетитель японского *пэт-кафе* уйдет из него в позитивном, расслабленном и умиротворенном настроении и непременно захочет вернуться туда вновь.

В Японии первое кафе с животными — *нэко-кафе* было открыто в Осаке в 2004 году. Топ-4 самых популярных *нэко-кафе* в Токио: *Neko Jalala*, *Neko-maru*, *Calico*, *Calaugh*. В 2016 году в Токио было организовано первое кафе с ежиками. Оно называлось *Гарри*, и в нем находилось более 30 зверьков.

Все посетители кафе с животными знают правило, обязательное к исполнению: если посетителям захочется сфотографироваться с животными, то они непременно должны отключить вспышку на фотоаппарате, чтобы она не беспокоила животных и не наносила вреда их здоровью.

Среди *пэт-кафе* наибольшей популярностью в Японии пользуются *кэт-кафе*. И на то есть особые исторические причины. Дело в том, что традиционно отношение к кошкам у японцев было особое — их почитали, им разрешали находиться при дворе императора и *дайме* (князей), их даже сажали за один стол вместе с людьми, поскольку кошки приравнивались к человеку, и каждой из них еще при рождении присваивался придворный титул. Любопытно, но каждое животное официально получало высокий ранг, который мог быть иногда даже выше, чем у многих «сотрапезников» кошек из числа придворных.

Столь уважительное отношение к кошкам было не только при дворе, но и в буддийских и синтоистских храмах. Священнослужители и паломники часто делились с кошками последним куском пищи. Прогонять кошку из-за столика с едой было непозволительным грехом, так как в Средние века японцы воспринимали кошек как посланников богов. Более того, храмовые кошки так же, как и придворные, имели титулы и занимали различные должности. У каждой из них был даже определенный «оклад» (который они, как и самураи, получали рисом, хотя кошки, как известно, рис не любят). Многие священнослужители постоянно стремились повысить статус своих четвероногих «сотрудников», а заодно и их зарплату, направляя своему начальству забавные отчеты об их деятельности.

Даже в современной Японии домашние любимцы могут «занимать» государственные должности. Известно, например, что сегодня две кошки (и одна собака) официально «работают» начальниками станций, помогая местным железнодорожным компаниям справляться с финансовыми трудностями, возникающими в кризисные времена. Неудивительно, что маршруты, на которых работают пушистые «железнодорожники» Басу и Тама, пользуются особой популярностью среди пассажиров, поскольку туристы со всей страны приезжают посмотреть на местных знаменитостей.

Домашних животных в Японии принято любить и баловать, но, к сожалению, многие жители мегаполисов не могут позволить себе роскошь завести животных из-за высокого налога на их содержание в жилых домах, а также по причине весьма строгих правил их содержания. Держать животных дома становится для горожан все более дорогостоящим удовольствием. Как правило, в многоквартирных домах заводить собак или кошек строго запрещено, так как животные могут побеспокоить соседей и помешать им отдыхать. Трудолюбивые японцы нуждаются вечером в полноценном отдыхе, поэтому держать животных разрешается только в своих личных домах, но не в многоквартирном доме. Для тех же, кто не может позволить себе удовольствие содержать животное, но при этом испытывает большую потребность в общении с ним, в Японии созданы специальные *кэт-кафе*, где можно отдохнуть и поиграть с пушистым другом. На сегодняшний день таких заведений по всей стране насчитывается более 100 (только в Токио их число достигает 20 и быстро растет).

В некоторых *кэт-кафе* есть четкое зонирование территории. Одна зона — это игровое пространство с приспособлениями для лазания, лежанками, ковриками, вторая — обеденная зона, где можно выпить чашку кофе с печеньем, держа на коленях теплый клубочек, издающий нежные звуки. Как

правило, это очень уютные места с мягким освещением и негромкой спокойной классической музыкой.

Посещение *кэт-кафе* обычно начинается с того, что служащий на входе предложит вам протянуть руки перед собой ладонями вверх, чтобы обработать их дезинфицирующим спреем. Нужно снять обувь и пройти в помещение с кошками, не забыв при этом заплатить за визит. Стоимость часа в компании с пушистыми «сотрудниками» составляет от 600 до 2000 иен. За дополнительные деньги можно заказать напитки, чтобы утолить жажду после интенсивного общения с животными, а также подключиться к интернету, чтобы в онлайн-режиме выкладывать на свою страничку фотографии с кошками.

В кафе можно поиграть с кошками, так как там есть самый широкий ассортимент кошачьих игрушек. Главное при этом — не обижать животных и не заставлять их делать то, чего они не хотят. Также строгойше запрещено будить спящего котика. За нарушение этих правил посетителя могут попросить покинуть территорию кафе.

Для тех, кого непосредственное общение с кошками утомляет, владельцы кафе организовали специальные зоны отдыха, отгороженные от игровой территории стеклянной стенкой. Там можно спокойно поесть, наблюдая за интересным поведением животных. Кстати, во многих *кэт-кафе* стоимость еды входит в общую цену визита.

Обычно в *кэт-кафе* «работают» по 15–20 кошек. У каждой из них есть свой домик, мисочка и набор индивидуальных средств по уходу. Присматривают за пушистыми «сотрудниками» специальные служащие, имеющие ветеринарное или биологическое образование. Так что проблем со здоровьем у кошек, как правило, не возникает.

У животных установлен свой режим питания, однако посетителям не запрещается подкармливать кошек специальными лакомствами, продающимися в том же кафе. Правда,

нередко посетители закармливают многих из них до такой степени, что на свой ужин они уже не могут даже смотреть.

Обращает на себя внимание и тот факт, что большинство четвероногих обитателей *кэт-кафе* в прошлом были бродячими кошками, попавшими в это заведение из приютов для животных. Владельцы кафе говорят, что эти кошки, несмотря на свое «тяжелое прошлое», никогда не проявляют агрессию по отношению к посетителям кафе. Ведь в отличие от частных и государственных приютов, в *кэт-кафе* животных не только кормят и лечат, но и любят и играют с ними. Согласно статистике, основными посетителями таких заведений являются не только дети, но и работники офисов, менеджеры низшего и среднего звена крупных компаний и просто одинокие люди, которым не хватает тепла и внимания.

В последнее время среди постоянных посетителей *кэт-кафе* увеличилось число студентов и пенсионеров, а также людей, страдающих от депрессии. По рассказам многих посетителей, кафе, в которых «хозяйничают» кошки, — лучшее место для жителей японских мегаполисов, желающих снять стресс и хотя бы ненадолго вернуться в счастливое безмятежное детство.

Посещение таких кафе с животными дарит иностранным туристам незабываемые впечатления. В последнее время, наряду с кафе с кошками и собаками, в крупных городах Японии стали весьма популярны кафе с козочками. Там можно поесть и отдохнуть и при этом получить удовольствие от игры с козочками Сакурой и Шоколадкой и даже погулять с ними. Правда, для осуществления своей мечты необходимо сделать заказ заранее. Платить дополнительные деньги для этого не нужно, потому что общение с животными включено в стоимость заказа. Это кафе расположено в четырех минутах ходьбы от станции Сибуйа в Токио. Средняя стоимость блюда там составляет от 500 до 1300 иен.

В пригородах крупных городов Японии стали появляться оригинальные кафе с совами. Они небольшие по размерам,

но милые и комфортные. Это — идеальное место, чтобы убежать из переполненного центра мегаполиса и приятно погулять по тихим окрестностям. Посетителям таких кафе разрешено фотографироваться без вспышки, но общение с совами потребует дополнительных финансовых затрат, и диапазон расценок начинается от 300 иен. Посещение кафе может обойтись от 500 до 1200 иен с человека.

Таким образом, креативное мышление японцев позволяет превращать обычные кафетерии в разнообразные тематические клубы по интересам, посещение которых является средством для создания позитивного настроения, освобождения от чувства одиночества и выхода из стрессового состояния.

2.20. Японцы в любом возрасте не расстаются с велосипедами

Идея создания «механического коня, который не требует овса и ухода за собой», будоражила лучшие умы инженерной мысли в странах Европы, испытывающих большую потребность в перемещении по территории городов с минимальными финансовыми затратами. Еще в 1817 году немецкий инженер Карл фон Дрез из города Карлсруэ создал и запатентовал свой первый самокат, который он назвал «машиной для бега» (*Laufmaschine*). Самокат Дреза был двухколесным, имел руль и выглядел в целом как современный велосипед, правда, с деревянной рамой и без педалей. Это дало стимул изобретателям в других странах внести свой вклад в длительный процесс совершенствования первого велосипеда фон Дреза и довести изделие в итоге до привычного нам сегодня двухколесного механического помощника человека.

Само слово «велосипед» происходит от французских слов *vélōx* — «быстрый» и *pes* — «нога». Он представляет собой колесное транспортное средство (или спортивный снаряд),

приводимое в движение мускульной силой человека через ножные педали или (крайне редко) через ручные рычаги. Слово «велосипед» было впервые употреблено французским изобретателем Жозефом Нисефором Ньепсом для обозначения усовершенствованного самоката Дреза, снабженного седлом с изменяемой высотой.

В Японию первый велосипед был завезен только после окончания периода самоизоляции в конце 1860-х годов. В городе Сакаи префектуры Осака открыт музей японских велосипедов *Bicycle Museum Cycle Center*. Его экспонаты рассказывают посетителям о развитии велосипедов в стране. Здесь можно увидеть эволюцию их использования в повседневной жизни на протяжении более полутора веков начиная от старинного оригинального образца, называемого «дрезиной» в честь изобретателя Карл фон Дреза, до самых последних моделей этого удобного и неприхотливого транспортного средства.

Первые появившиеся в Японии велосипеды были трехколесными, и больше всего их было в городе Йокогаме. В 1870 году власти Осаки закупили большую партию велосипедов для полицейского управления, стремясь повысить маневренность сотрудников при упорядочивании дорожного движения. По мере расширения спроса на велосипеды правительство ввело налог в размере 1 иены для всех владельцев данного транспортного средства. Примечательно, что первые японские велосипеды начиная с 1892 года выпускала компания «Мията», которая специализировалась на производстве оружия для японской императорской армии, включая винтовки для сухопутных сил и кортики — для морских офицеров. Внешний вид первых японских велосипедов был настолько изящен, что они получили название *дарума-гата*. (*Дарума* — японская традиционная кукла-неваляшка, олицетворяющая Бодхидхарму, что, согласно японской синкретической мифологии, означало божество, приносящее счастье.)

Постепенно велосипед получил всеобщее признание у японцев, и сегодня Японию можно с полным основанием называть «велосипедной» страной.

Япония занимает 1-е место в Азии и 6-е место в мире по уровню эксплуатации и количеству велосипедов на 100 человек населения, уступая только европейским странам. Больше всего велосипедов используется в Токио и его пригородах, где на каждые 100 жителей приходится 76 велосипедов, независимо от социального статуса и возраста их владельцев, что вполне оправдывается практичностью этого вида транспортного средства. Меньше всего велосипедами пользуются жители Окинавы, здесь на каждые 100 человек приходится только 26 велосипедов. В самой северной префектуре Хоккайдо, где часто идет снег, что объективно затрудняет передвижение на этом транспорте, вопреки ожиданиям, велосипеды имеют 52 жителя из каждые 100 человек населения. Японцы считают, что велосипед — очень практичный вид транспорта в современных городах, так как его использование позволяет жителям избегать пробок на перегруженных автомобилями дорогах.

До сих пор улицы японских городов патрулируют полицейские на белых велосипедах особой конструкции. И даже курьеры экспресс-доставки используют велосипеды как наиболее мобильный и экологически чистый вид транспорта.

На оживленных улицах крупных городов Японии для велосипедистов оборудована специально выделенная полоса, а там, где ее нет, принято ездить вдоль обочины. На пешеходных переходах также обустроены выделенные велосипедные полосы, что повышает безопасность движения как самих велосипедистов, так и пешеходов.

Жители японских городов отдают велосипеду большее предпочтение, нежели автомобилю. Он пользуется популярностью у офисных работников для мобильного и экономного передвижения, у женщин, которые по утрам развозят детей

в детские садики и совершают покупки, а также у пенсионеров. Можно сказать, что японцы используют велосипед именно как повседневный транспорт. У большинства велосипедов спереди закреплена удобная багажная корзина, куда можно поставить сумку или положить покупки. Иногда японцы ставят корзину и на заднее колесо велосипеда. Когда велосипед используют японские мамы, то они оборудуют свое транспортное средство специальными детскими креслами, смонтированными вместо корзин, или совмещают одно с другим. На одном велосипеде японки могут одновременно перевозить двоих детей.

В последнее время в Японии получили большое распространение велосипеды с электроприводом. Велосипед, снабженный моторчиком с аккумулятором, позволяет крутить педали без особых усилий, особенно если дорога идет в гору. Но за любое удобство приходится платить, и такой велосипед по понятиям рядовых японцев стоит недешево — 160 тысяч иен (около 1500 долларов США по курсу на 19.05.2020). В отличие от обычного велосипеда электрический весит 20 кг, что, впрочем, обеспечивает ему большую устойчивость на дорогах.

Следует обратить внимание еще на одну особенность, присущую японским женщинам, которые пользуются велосипедами. Дело в том, что в Японии, в отличие от стран Запада, загар не ценится, напротив, идеалом красоты и здоровья человека считается именно белая кожа. Поэтому японские женщины заботятся о своей коже и всячески стараются защитить ее от попадания солнечных лучей. Для этого придуманы различные ухищрения и приспособления, которые помогают японкам избежать загара, например на руль велосипеда прикрепляются специальные зонтики, меняющие угол наклона в зависимости от угла падения солнечных лучей. Существует еще одно изобретение, уменьшающее инсоляцию кожи, — летом японок, сидящих на велосипеде, можно увидеть в пер-

чатках выше локтя, что также позволяет им «отгонять загар от их тела». В последние годы появились также специальные маски-козырьки, сделанные из просвечивающегося темного пластика и напоминающие мотоциклетный шлем.

Дети, которые пользуются велосипедами для поездок на учебу, обязаны носить шлемы. Это весьма строгое правило, так как если полиция заметит подростка без шлема, его ждет серьезное наказание.

Рамы японских велосипедов относительно небольшие по размерам, и они сконструированы таким образом, чтобы при остановке ноги могли легко и быстро касаться земли, что, безусловно, повышает безопасность пассажира.

Езда на велосипеде в Японии предполагает соблюдение ряда правил и обязательств, закрепленных на законодательном уровне, исполнение которых для всех строго регламентировано. Например, так же как и при вождении автомобиля, на велосипеде запрещается ездить в нетрезвом состоянии. Кроме того, велосипедист, который является участником дорожного движения, обязан соблюдать правила и ездить в темное время суток с включенными фарами. Так же как и за рулем автомобиля, при езде на велосипеде японцам запрещено разговаривать по сотовому телефону и курить.

Велосипед в Японии требует обязательной регистрации в полиции. На его заднем крыле прикреплена специальная наклейка с номером, по которому можно быстро определить владельца транспортного средства. Полиция часто проводит рейды с целью выявления возможных краж велосипедов. Велосипедные номера содержат адрес владельца и указание парковочного места. Практически у каждого дома существуют специальные парковки для велосипедов, которыми жильцы дома могут пользоваться бесплатно. Номерная наклейка выдается в комплекте с ключами от квартиры. Кражи велосипедов, несмотря на низкий уровень преступности в Японии, все же имеют место. Считается, что жертвами воришек

становятся обычно те, кто оставляет свои велосипеды без замка. Чаще всего такие кражи совершаются из баловства: злоумышленники берут велосипед на время, чтобы добраться до какого-либо удаленного места, после чего бросают его прямо на улице.

Покупая велосипед в магазине, его можно зарегистрировать прямо на месте. Для этого достаточно показать продавцу идентификационный номер транспортного средства, заполнить определенную форму и заплатить регистрационный сбор в размере 500 иен. В каждой японской префектуре существуют свои правила регистрации новых или перерегистрации ранее купленных велосипедов. В случае если владелец велосипеда намерен его продать или подарить другому лицу, он обязан перерегистрировать его на нового владельца. Отмена прежней регистрации или перерегистрация велосипеда на новое лицо может быть произведена как в магазине, так и по месту жительства в полицейском участке.

Раньше велосипед в Японии можно было припарковать практически в любом месте города, однако начиная с 2010-х годов муниципальные власти многих японских городов решили навести порядок в этом вопросе, и теперь, как правило, стоянки для велосипедов стали платными, однако цены вполне приемлемые. Существует множество специальных стоянок для велосипедов. Так, например, при школах могут быть организованы бесплатные стоянки, однако только на ограниченное время (на время занятий учеников в школе). Стоянки размещают возле жилых домов, где парковки бесплатные. Велосипед можно припарковать в зоне супермаркетов, администрация которых разрешает оставлять его на короткое время (обычно не более двух часов) бесплатно. По превышении установленного времени паркомат на экране высвечивает стоимость парковки, и до тех пор, пока владелец велосипеда не произведет оплату, транспортным средством воспользоваться будет невозможно.

Многие японцы хранят в памяти особую востребованность велосипедного транспорта в периоды стихийных бедствий, которые периодически происходят в Японии. Так, 11 марта 2011 года на северо-востоке Японии произошло разрушительное землетрясение магнитудой 9 баллов, которое стало известно как Великое землетрясение Восточной Японии. Землетрясения подобного разрушительного масштаба, по оценкам ученых, происходят в Японии не чаще одного раза в 600 лет. Эпицентр находился в 373 км северо-восточнее города Токио. Оно вызвало крупнейшее цунами, которое накрыло своей волной территорию общей площадью 561 кв. км. На длительное время был нарушен привычный ритм жизни страны и ее жителей, что включало и образовавшийся транспортный коллапс. Около 8 млн японцев встали перед выбором: либо по несколько часов пешком добираться до дома, либо ждать такси, либо ночевать в гостиницах. Однако ни один из этих вариантов не был приемлем для большинства жителей. Оставался только один способ передвижения по разрушенным улицам — велосипед, который в очередной раз выручил пострадавших. Спрос на велосипеды в магазинах тогда просто зашкаливал.

Таким образом, на протяжении более 100 лет японцы «не слезают» со своего непрехотливого, но крайне востребованного, по сути бесплатного, средства передвижения в сплошь забитых автомобилями городах. Велосипед для японцев есть источник здоровья и физического удовольствия. С ним они не расстаются ни в детстве, ни в преклонном возрасте.

2.21. Японцы широко пользуются услугами роботов в повседневной жизни

Япония славится во всем мире своими разработками в области робототехники и их практическим использованием в повседневной жизни своих граждан. Согласно данным

Международной федерации робототехники (*International Federation of Robotics — IFR*), на начало 2019 года японцы производили более 50 % всей продукции робототехники в мире. Из 13 самых известных производителей промышленных роботов на мировом рынке 8 — в том числе *FANUC, Yasukawa, Kawasaki, Nachi, Denso, Mitsubishi, Epson* и *Omron* — японские.

В мире выделяют следующие типы роботов в зависимости от их функциональной принадлежности:

- промышленные роботы (автоматически управляемые, перепрограммируемые, многоцелевые манипуляторы);
- сервисные роботы (роботы, выполняющие полезную работу для людей и оборудования и исключаящие решение промышленных задач);
- коллаборативные роботы как новое направление в развитии промышленной робототехники (автоматические устройства, которые могут работать вместе с человеком для создания или производства различных продуктов в рамках определенного совмещенного рабочего пространства).

Направления, которые в 2020 году составляли основу рынка сервисной робототехники, включали в себя:

- логистические системы (роботы, осуществляющие логистику внутри помещений);
- роботы для обслуживания клиентов;
- промышленные экзоскелеты;
- роботы для решения домашних задач.

Слово «робот» знакомо каждому. Раньше оно часто употреблялось на страницах произведений научной фантастики, позднее стало звучать из телевизоров, а с некоторых пор активно внедрилось в повседневную жизнь. Мечтой и вершиной творчества для людей всегда были не столько промышленные роботы, сколько сложноорганизованные конструкции, которые могли бы сосуществовать рядом с чело-

веком: на работе, дома, в дороге, во время досуга — роботы-няни, роботы-охранники, роботы-военные.

Япония оказалась именно той страной, которая смогла создавать устройства, помогающие человеку в его повседневной жизни, поэтому она по праву занимает место лидера среди производства роботов именно этого направления.

У многих японцев слово «робот», как правило, ассоциируется в сознании с человекоподобными машинами, способными передвигаться в пространстве, понимать речь и разговаривать, петь и танцевать, помогать людям. По-японски слово «робот» записывается катаканой — ロボット *robotto*, от английского слова *robot*. История появления этого слова связана с именем чешского писателя и драматурга Карела Чапека, который еще в 1920 году написал пьесу «R. U. R.» — «Россумские универсальные роботы». Произведение рассказывало о восстании роботов — искусственных людей, сделанных из химических веществ, основной целью которых было выполнение различных работ вместо живых людей. Слово *robota* в переводе с чешского языка означает «каторга», «тяжелая работа», «принудительный труд». Отсюда и пошел сам термин, вошедший во многие языки мира, в том числе и японский.

Японские историки считают, что первыми «роботами» в стране были механические куклы эпохи Эдо (1603–1868), которые с помощью сложного механизма были способны подавать чай, спускаться по ступенькам, показывать фокусы и писать китайские иероглифы. Эти куклы назывались *karakuri ningyo*, что в переводе с японского означало «механическое устройство, предназначенное для того, чтобы дразнить, обманывать или удивлять людей». И удивляться действительно было чему. Электричества, микросхем и компьютерных технологий в Средневековой Японии, конечно же, еще не было, но, тем не менее, поражал тот факт, что эти куклы могли передвигаться. Их подвижность обеспечи-

валась за счет шестеренок, пружин и противовесов, которые, в свою очередь, приводились в движение текущей водой, пересыпающимся песком, горячим паром и даже ртутью. В этот период Япония была закрыта от внешних сношений с другими государствами, т. е. практически была лишена каких-либо внешних заимствований. Единственным японским городом, который один раз в год имел право принимать иностранные корабли, был Нагасаки. Это были голландские корабли. Поэтому именно голландцы привозили японцам новые книги и знания. Механика с Запада также была под запретом. Поэтому возможным выходом для японских умельцев было занятие по изготовлению кукол *каракури*, которые пользовались большой популярностью среди богачей.

Куклы *каракури* изготавливались только из натурального дерева, без применения гвоздей и других металлических крепежей. Это в равной степени касалось и пружин, которые делались не из железа, а исключительно из китового уса. Каждая деталь вырезалась только из определенной породы древесины, которая, в свою очередь, заготавливалась только в определенное время года. Иногда на создание одной куклы уходило больше года, а порой и целых два года.

Вначале процесс производства кукол *каракури* был настолько сложным, что над изготовлением одной куклы трудились сразу несколько мастеров. Каждый из них выполнял свою часть работы: один изготавливал движущийся механизм, другой расписывал лицо, третий занимался пошивом одежды. Несмотря на то что лицо куклы оставалось неподвижным, *каракури* могли выражать целую гамму чувств и эмоций, и это им удавалось с помощью движений рук, туловища и головы.

Кукла была достаточно дорогой, поэтому жители Японии относились к ней очень бережно и обращались, как с живой. Интересоваться внутренним устройством *каракури*, а тем более — разбирать ее, считалось неприличным, так как секрет

изготовления кукол держался в строгой тайне. Он передавался мастерами по наследству из поколения в поколение и только устно.

Куклы *каракури* делились на три типа:

- *бутай каракури* — куклы, предназначенные для театров;
- *даси каракури* — куклы для уличных представлений;
- *дзасики каракури* — куклы, предназначенные исключительно для дома, для развлечения хозяев и их гостей. Именно последний тип кукол пользовался наибольшей популярностью и стоил достаточно дорого, потому они были доступны только зажиточным японцам.

Самой известной *дзасики каракури* является кукла *тя ха-коби нингё*, что означает «кукла, которая подает чай». Если на поднос этой куклы поставить чашку, то она приходила в движение: качала головой и направлялась в сторону гостя, как бы предлагая ему напиток. Если же взять чашку в руки и снова поставить на поднос, то кукла разворачивалась и возвращалась на прежнее место.

В категории кукол *дзасики каракури* была известная модель *дангаэри нингё* — кукла-гимнаст, которая умела спускаться по ступенькам лестниц. Внутри куклы находилась ртуть, которая, переливаясь, приводила ее в движение.

Была еще одна кукла, которая пользовалась популярностью, — *синатама нингё*, кукла-фокусник. Механизм действия этой куклы был устроен таким образом, что каждый раз при подъеме или опускании коробки в ней появлялся какой-либо новый предмет.

Японские ремесленники изготавливали также куклу *юмипри-дойи* — куклу-лучника, которая брала стрелы со специальной подставки, вставляла их в лук, прицеливалась и стреляла. Кукла-лучник состояла из 12 движущихся частей.

Значительная часть сохранившихся до XX века кукол *каракури* была уничтожена во время Второй мировой войны.

И только благодаря японским умельцам удалось восстановить эти ценнейшие экспонаты, в том числе и чайную куклу *тя хакоби-нингё*. Правда, вместо китового уса для создания пружин пришлось использовать стальную проволоку, так как ловля китов в Японии к этому времени была запрещена и достать китовый ус было трудно. Эти куклы изготавливались из семи пород дерева, без использования клея и металлических крепежей. Куклы двигались под воздействием пружин так, как им диктовали движение зубчатые колеса. В этом они были похожи на современных роботов, которые также работают за счет трансформации энергии из одной формы в другую и двигаются так, как они запрограммированы.

В 1928 году профессор Императорского университета Хоккайдо Макото Нисимура сделал первого японского робота человекоподобного вида *Гакутэнсоку*, что в переводе с японского означало «получающий знания из природы», и это событие произошло через год после изготовления первого аналогичного робота в США. Внешне робот *Гакутэнсоку* напоминал статую Будды, верхняя часть туловища возвышалась на три метра, он мог менять выражение лица, наклонять и поворачивать голову, открывать и закрывать глаза, менять направление взгляда, двигать руками, улыбаться — все это приводилось в действие с помощью системы сжатого воздуха, которая состояла из резиновых труб и воздушных компрессоров. Сжатый воздух, который поступал через трубки, раздувал щеки робота, в результате чего создавалась иллюзия, что он дышит, он мог моргать и улыбаться. *Гакутэнсоку* выставляли в крупных универмагах Японии, он принимал участие на выставках в Киото, Токио и Хиросиме, побывал даже в Германии, где и пропал. Позднее его все же нашли и вернули в Осаку. Он был восстановлен, старый механизм был заменен на новый, управляемый компьютером. С 2008 года он занял свое почетное место в качестве экспоната в Научном музее в Осаке.

В 1968 году в Японии произошло примечательное событие: компания *Kawasaki Heavy Industries* со штаб-квартирами в городах Кобе и Токио получила лицензию на производство роботов от американской фирмы *Unimation Inc.* и собрала своего первого промышленного робота. С этого времени компания начала уверенно продвигаться на мировой олимп и стала крупнейшим производителем роботов в мире — она объединила под своим крылом более 130 других компаний, занятых в производстве роботизированной продукции. Согласно докладу Исследовательского института *Mitsubishi* к 2030 году внедренные в производство японские роботы вытеснят с предприятий 7,4 млн рабочих рук.

Оригинальными образцами современных японских роботов стали модели в виде домашних животных, разработанные японской компанией *Sony*. Они были представлены потребителям в 1999 году. Робот назывался AIBO, что являлось аббревиатурой от *Artificial Intelligence RoBOt* — «робот с искусственным интеллектом», также это название было созвучно с японским словом *aibo* («любовь», «привязанность»). В итоге закрепилась известная концепция внешнего вида AIBO в виде роботизированной собаки. У роботов этой модели двигались все 22 части тела вдоль 22 осей. AIBO был оснащен микрофонами и динамиком, глаза были сделаны в виде двух дисплеев, которые отображали различные эмоции. Со временем робот мог адаптироваться к своим владельцам, используя полученную с помощью датчиков информацию. Например, собака запоминала действия, которые вызывали у хозяев улыбку и радость, и старалась почаще их повторять, чтобы доставить им удовольствие. Кроме того, пес учитывал, когда хозяева его поглаживают и хвалят, а когда — ругают за проделки. Новинка поступила в продажу в Японии в начале 2018 года.

В Докладе о мировом развитии — 2019, подготовленном Международным банком реконструкции и развития, особо

подчеркивалось, что в самое ближайшее время роботы отберут у людей работу. Во всех промышленно развитых странах такая перспектива пугала людей не одну сотню лет — по крайней мере с тех пор как в начале XVIII века было переведено на промышленные рельсы ткачество. Это позволило поднять производительность, но в то же время породило опасения, что тысячи работников окажутся на улице. Инновации и технический прогресс нарушили прежний порядок вещей, но тем, чье благосостояние от этого выросло, оказалось больше, чем проигравших.

Однако сегодня, когда инновации внедряются все быстрее, а технологии влияют на все стороны нашей жизни, вновь нарастает ощущение неопределенности. Мы знаем, что роботы берут на себя выполнение тысяч рутинных операций и могут вытеснить множество рабочих мест, занятых низкоквалифицированными работниками, в развитых и развивающихся странах. Одновременно с этим передовые технологии открывают новые возможности, создавая условия для появления новых и преобразованных рабочих мест, наращивая производительность и повышая эффективность предоставления общественных услуг. Думая о масштабах проблем, которые предстоит решить, чтобы подготовиться к будущему миру труда, важно понимать, что многим из нынешних учеников начальных школ предстоит, когда они вырастут, работать по специальностям, которых сегодня даже не существует.

Изначально роботы в Японии были созданы для того, чтобы помогать людям на промышленных предприятиях, а также чтобы облегчить жизнь человека в быту. Современные роботы действительно берут на себя бытовые вопросы, избавляют японцев от рутины, могут составить одинокому японцу компанию и даже развлечь его. Сегодня подобные роботы производятся такими известными на весь мир компаниями, как *Sony*, *Honda*, *Toyota*, *Mitsubishi Electric*, *Panasonic*, *Kawasaki*, *Yamaha*, и рядом других. Некоторые проекты, осо-

бенно те, которые преследуют социально значимые цели, такие как оказание медицинской помощи, уход за больными людьми, финансируются государством.

Впрочем, как видно из приведенного выше списка, компания *Sony* была отнюдь не единственной в производстве роботов. Корпорация *Honda* после успехов, достигнутых ею в изготовлении автомобилей и мотоциклов, также решила обратить внимание на такую новую и прибыльную область, как робототехника. Руководство корпорации поставило своей задачей разработать робота, способного передвигаться на двух ногах. В результате уже в 2000 году была создана модель ASIMO (сокр. от *Advanced Step in Innovative Mobility*) — человекоподобный робот, на изготовление которого было затрачено более 20 лет. При этом *Honda* хотела сделать робота, который мог бы перемещаться между объектами в комнате, подниматься и спускаться по лестнице, т. е. такой автомат, который был бы способен помогать людям с ограниченными возможностями.

Для выполнения этих задач робот должен был иметь две ноги. В начале производственного процесса эти ноги передвигались медленно и только по прямой линии, останавливаясь после каждого шага на несколько секунд. Впоследствии для увеличения скорости перемещения была разработана специальная технология «динамической ходьбы», с помощью которой робота «научили» даже бегать. В настоящее время робот ASIMO способен распознавать движущиеся объекты, дистанцию и направление движения, он принимает различные позы, жестикулирует, что позволяет ему входить в контакт с разными людьми. Например, он понимает, когда ему предлагают рукопожатие или собеседник на что-то указывает, робот реагирует на свое имя, различает звуки и слова, что дает ему возможность отвечать на вопросы, кивать в знак согласия или давать вербальный ответ на разных языках.

Робот ASIMO распознает примерно десять различных лиц и общается с людьми, называя каждого по имени. Инже-

нерам компании *Honda* удалось разработать не только ноги для робота, но и создать функциональную компактную руку с несколькими пальцами, которая имеет тактильные сенсоры и датчики силы. С помощью такой руки робот проворно поднимает бутылку, откручивает крышку или даже может держать стаканчик из мягкого картона и выливать из него жидкость, не раздавив его. Робот *ASIMO* обладает еще одним преимуществом — он может разговаривать и объясняться не только на десяти иностранных языках, но также на языке жестов, что требует от него более сложных движений пальцев, что крайне важно для глухонемых людей.

Активную роль в разработке новейших японских роботов играет Национальный институт передовой науки и технологий со штаб-квартирой в Токио и производственными площадками в научном городке Цукуба в префектуре Ибараки. Штат его сотрудников достигает 3 тысяч человек. Последнее достижение Института — знаменитый робот *HRP-4C Miim* с лицом и фигурой среднестатистической молодой японской девушки. Он перемещается в пространстве как человек, используя тридцать встроенных в тело электромоторов, и еще восемь электродвигателей — для выражения мимики. Разработчики долго и упорно трудились над «идеальной» моделью *Miim*, стремясь выработать у робота человеческую походку. *Miim* может реагировать на речь и способен распознавать окружающие звуки. Робот поет, используя программный вокальный синтезатор *Vocaloid*. Однажды создатели робота в качестве эксперимента организовали его выступление перед зрителями в образе известной японской певицы Мику Хацунэ. Именно робот *Miim* смог продемонстрировать повышенные возможности в области мимики и танца.

В 2015 году в Токио в Национальном музее вниманию общественности был представлен робот *Erica*. Он был «настроен» на общение с людьми, на поддержание разговоров на разные темы, включая и составление планов путешествий

не только по Японии, но и по всему миру. Робот *Erica* был способен совершать ряд невербальных действий, таких как движения и моргание глазами, изменение мимики лица. Авторы робота, создавая его, хотели показать, что у Эрики есть «душа» и она очень ранима и чувствительна.

В процесс создания роботов в Японии вовлеченной оказалась не только автомобильная корпорация *Honda*, но также и знаменитая на весь мир *Toyota*. Дело в том, что традиционно инженеры фирмы *Toyota* всегда стремились превращать выпускаемые автомобили в надежных помощников и друзей человека, так как, согласно статистике, люди тратят на поездки в личном транспорте в среднем 4,3 года своей жизни.

Однако с наступлением нового периода в робототехнике в начале XXI века инженеры корпорации *Toyota* решили не отставать в этой области от своих коллег в других автомобильных гигантах. В 2017 году на предприятиях *Toyota* стали изготавливать миниатюрного робота-помощника *Kirobo Mini*. В сидячем положении его высота не превышает 10 см, и поэтому *Kirobo Mini* можно легко разместить в багажнике автомобиля, а возможно, и на ладони или даже в кармане. В механизме робота использовались технологии распознавания речи и лица человека, которые первоначально были разработаны компанией для автомобилей. Робот способен запоминать людей в лицо, «понимать», о чем они говорят, реагировать на эмоции, выступать в качестве собеседника (так как хранит информацию о прошлых событиях и темах разговора), дополнять свои слова жестами рук и головы. В практическом плане робот-партнер может определить, что водитель едет слишком быстро, и посоветовать ему снизить скорость или во время длительных поездок быть ему интересным собеседником, а также напоминать владельцу о том, что было бы неплохо сделать остановку на отдых. Таким образом, робот выступает в роли пассажира, который постоянно находится в машине, выражает поддержку водителю и заботится о его безопасности.

Национальный институт передовой науки и технологий разработал нового интерактивного робота PARO в форме детеныша гренландского тюленя, который используется в японских клиниках в терапевтических целях для снятия у пациентов стресса. PARO способен вызывать у человека положительные эмоции, в которых остро нуждаются находящиеся длительное время в клиниках престарелые пациенты. Общение с маленьким роботом-тюленем всегда создает доброжелательную атмосферу и способствует успешному взаимодействию больных в стрессовом состоянии с медперсоналом. Робот, получивший признание среди потребителей, в 2003 году стал финалистом COMDEX — ежегодной компьютерной выставки в США. Модели робота PARO имеют разные характеры и разные имена, но все они «любят», когда их гладят и общаются с ними. Особенно очаровательной деталью у робота считается зарядное устройство в виде соски.

Автор робота PARO — японский инженер Сибя Такано — создал его на основе длительных наблюдений за поведением тюленей в Канаде. Он записывал успокаивающие звуки, которые они издают. Робот, по сути, заменяет настоящих домашних животных, которых так не хватает одиноким людям и которых невозможно содержать в медицинских учреждениях, требующих высоких норм санитарии и гигиены, — в больницах и домах престарелых. PARO имеет пять видов сенсоров: тактильные, световые, звуковые, температуры и распознавания объектов. С их помощью робот различает людей, окружающую среду и может ориентироваться в пространстве. Он устроен таким образом, что способен реагировать на ласку, вилять хвостом, открывать и закрывать глаза, воспринимать звуки, отзываться на имя, а также демонстрировать эмоции гнева, радости и удивления. PARO имитирует не только поведение детеныша тюленя, но и звуки, которые они издают. Ночью с наступлением темноты он перестает работать — «засыпает».

Робот PARO — не единственный в Японии робот, способный снимать стресс у человека. Японские специалисты робототехники из *Yukai Engineering* разработали уникального в своем роде робота *Qoobo*, напоминающего небольшого кота с пушистым хвостом. Правда, робот-котик не мяукает и не прыгает по квартире, он не требует еды и не ходит в туалет, но, тем не менее, он умеет вилять хвостом, когда его гладят. Вес робота соответствует среднему весу взрослого кота, и по желанию покупателя можно выбрать окрас шерсти — серый или коричневый. Это небольшой, но весьма практичный робот, который является идеальным выходом для тех, кому условия не позволяют содержать настоящего кота.

Помимо вышеперечисленных роботов, японцы изготовили еще одного робота — *Mocoro*, который выполняет роль домашнего пылесоса. В отличие от своих собратьев, на долю которых выпала задача всасывания и сбора пыли и грязи в специальный контейнер, японский робот-«шарик» с микрофибровым покрытием собирает мусор в процессе самостоятельного перемещения по квартире, обеспечивая своему хозяину не только чистоту помещения, но и удовольствие. Робот *Mocoro* поддерживает чистоту пола в течение всего дня. Простое наблюдение за милым шариком оказалось весьма забавным зрелищем, особенно для детей и домашних животных.

В арсенале роботов-помощников домохозяйек есть еще одно изобретение — это напольный робот-метелка *Fukitori mushi* — *Mushishi*, сделанный в форме подушки, имитирующей движение червя. Название робота состоит из двух японских слов *фукитору* — «протирать, вытирать» и *муси* — «червяк, насекомое». Создателем робота стала японская текстильная компания *Teijin Fibers*, а его отличительной особенностью является специальное покрытие — запатентованный наноматериал под названием *Nanofront* из сверхтонких нановолокон, которые в 7,5 тысячи раз тоньше человеческого волоса.

Домашняя функция робота *Fukitori mushi* сводится к тому, что он перемещается по комнате и автоматически включается каждый раз, когда наталкивается на полосы пыли или грязь. В этих случаях обычный сине-белый свет его подсветки становится красным. После того как грязная зона очищена, подсветка робота приобретает свой первоначальный сине-белый цвет. *Fukitori mushi* регулирует уровень заряда своего аккумулятора и самостоятельно может найти себе дорогу к зарядному устройству.

Принимая во внимание повышенный интерес японского потребителя к продукции роботостроения, государство также активно участвует в их изготовлении. Можно даже сказать, что роботы являются сегодня в Японии успешным результатом государственно-частного партнерства. Правительство и частные компании ведут интенсивные разработки все новых и новых видов робототехники, способных удивлять как массового потребителя, так и промышленные предприятия своей эффективностью и работоспособностью. Министерство экономики, торговли и промышленности Японии разработало и опубликовало список рекомендаций для специалистов — производителей роботов. Известны три официальных закона-рекомендации в области робототехники, которые обязательны для строгого соблюдения изготовителями.

Первый закон гласит: промышленный робот не должен наносить своей деятельностью ущерб людям или какой-либо вред их здоровью.

Второй закон гласит: робот обязан строго выполнять все команды человека, за исключением случаев, когда эти команды противоречат требованиям первого закона.

Третий закон гласит: робот должен быть оснащен устройством по самоликвидации, если его действия вступают в противоречие с положениями первого или второго законов.

Анализируя рекомендации японских властей производителям современных роботов, можно отметить следующие особенности:

- производители роботов должны оснащать свою робототехническую продукцию сенсорными устройствами, которые способны предотвращать любые столкновения с людьми, а элементы их корпусов должны быть изготовлены из мягких и легких материалов;
- на корпусе любого робота должна быть смонтирована аварийная кнопка, которая мгновенно может отключить электрический двигатель робота, а также должна быть предусмотрена возможность сделать это дистанционно на случай чрезвычайных ситуаций.

Японская общественность внимательно следит за стремительным прогрессом в развитии робототехники, так как, с одной стороны, в продажу постоянно поступают дорогие, но весьма полезные роботы-помощники по хозяйству, уходу за детьми, больными и пожилыми людьми. Однако, с другой стороны, японцы требуют строгого контроля за работой роботов, так как их системы могут давать сбои, «заражаться» опасными компьютерными вирусами, а следовательно, они должны быть оборудованы устройствами экстренного реагирования на чрезвычайную ситуацию. Эти требования особенно важны для обеспечения безопасности на общественном транспорте, который сегодня активно использует роботов в своем производстве.

Беспилотный транспорт сегодня работает не только в Японии, но и во всем мире. В скором времени японские инженеры предполагают запустить первое беспилотное такси. В 2015 году японской общественности уже была продемонстрирована модель *Robot Taxi*, а в 2016-м ее даже представили гостям — участникам саммита G7. Благодаря своим камерам, GPS-навигации и многочисленным датчикам *Robot Taxi* способен самостоятельно передвигаться даже в таких мегаполисах, как Токио и Осака. Правительство Японии планирует внедрить первые опытные образцы этих машин на улицах крупных городов уже в 2020 году, приурочив это событие

к Олимпийским играм в Токио, которые, впрочем, были перенесены на 2021 год из-за пандемии коронавируса.

В первых моделях *Robot Taxi* пока еще смонтированы водительские сиденья, однако впоследствии их предполагают убрать за ненадобностью. Японцы возлагают большие надежды на этот новый вид городского транспорта и собираются использовать *Robot Taxi* в качестве транспортного средства не только в крупных, но и в малых городах Японии, а также между населенными пунктами страны. Дело в том, что стандартные рейсы такси между городами с «живым» водителем коммерчески себя не окупают, и транспортные компании, их обслуживающие, терпят большие убытки, тогда как обычное такси обходится жителям слишком дорого. Компания, производящая *Robot Taxi*, в 2017 году объявила о создании еще одного варианта автомобиля — специального 6-местного беспилотного мини-автобуса *Robot Shuttle*, его запуск в эксплуатацию также планируется осуществить в 2020 году.

Япония уже имела опыт создания беспилотных транспортных средств, когда в 2005 году показала миру беспилотные автобусы, которые перевозили посетителей *Expo-2005* в Нагое. Правда, те автобусы были ориентированы на специальные датчики, встроенные в покрытие дорог на территории выставки.

Сегодня японские власти имеют далеко идущие планы в отношении беспилотных видов транспорта. Помимо беспилотных автомобилей, они нацелены также на разработку беспилотных воздушных судов, которыми можно будет управлять дистанционно, проводить корректировку их полета, анализировать метеоданные и другие особенности навигации. Предполагается, что беспилотные самолеты смогут пополнить парк японских ВВС уже в 2025 году. Эффект от их использования окажется весьма многоплановым: сократится количество аварий в воздухе, более экономным будет расход топлива, произойдет общее снижение затрат на логистику и т. д.

Одно из перспективных направлений использования роботов в Японии — это медицина. Многие клиники страны уже оснащены роботом *Hospi (R)*, произведенным компанией *Panasonic*. Он способен оперативно развозить медкарты пациентов по кабинетам, а также доставлять препараты для больных в палаты, выполнять другие поручения, высвобождая время медперсонала. *Hospi (R)* свободно перемещается по коридорам больниц и поликлиник благодаря заранее загружаемым в его программу планам здания с указанием мельчайших деталей, а сенсоры помогают роботу избегать столкновения с людьми и другими объектами. Прекрасный внешний вид робота, своеобразный дресс-код радует глаз пациентов и создает у них положительные эмоции, что является важным психологическим фактором их скорого выздоровления. В последнее время руководство фирмы *Panasonic* приняло решение приступить к испытаниям робота *Hospi (R)* в отелях, где он будет помогать собирать посуду и развозить напитки. В 2016 году робот *Hospi (R)* используется в Международном аэропорту Нарита в Токио, где до него «трудился» другой известный японский робот ASIMO.

Функции механического помощника медперсонала в японских клиниках прекрасно выполняет робот RIBA (сокращение от *Robot for Interactive Body Assistance*). Он работает сиделкой в палатах у тяжелобольных пациентов. Его главной задачей является аккуратный подъем и перенос пациентов с кровати на кресло-каталку и обратно. Руки робота сконструированы таким образом, что они обеспечивают пациенту максимальный комфорт. Большое число специальных датчиков гарантирует пациенту полную безопасность.

В 2016 году ученые из японского Института физико-химических исследований RIKEN и инженеры компании *Sumitomo Riko* создали новую экспериментальную модель медицинского робота — ROBEAR (сокращение от слов *robot* и *bear*) для больных и пожилых людей. Функции робота также состояли

в том, чтобы он мог поднимать пациента с кровати и усаживать его в кресло-коляску, а также оказывать помощь человеку, неспособному без посторонней помощи встать. Новый японский робот ROBEAR оказался намного легче своих предшественников (всего 140 кг по сравнению с 230 кг робота-сиделки RIBA), он имеет приводные резиновые механизмы, обеспечивающие мягкость движений.

Роботы, которые могут быть использованы в медицинской сфере, весьма востребованы в современной Японии, так как в стране быстро увеличивается количество пожилых людей. И одной из самых физически тяжелых функций медперсонала является пересаживание пациента с кровати в кресло-коляску, которое один медицинский работник иногда выполняет в среднем по 40 раз в день. Разработчики нового робота ROBEAR надеются, что он сможет облегчить жизнь медперсоналу и внесет свой вклад в совершенствование системы медобслуживания в Японии.

Для использования роботов в учебных целях японские инженеры изобрели специальную серию роботов-тренажеров, учитывающих новейшие технологии и помогающих студентам в освоении последних достижений медицинской науки. Так, для студентов-стоматологов было создано несколько роботов-манипуляторов из серии *Simroid*, на которых можно оттачивать навыки работы с пациентами. Модель робота напоминает живого человека, выполняет голосовые команды, такие, например, как «Откройте рот», а самое важное — его сенсоры должным образом оценивают работу врача, его квалификацию и профессионализм. Если врач причинял роботу «боль», он реагировал на это, как настоящий пациент. В 2011 году в Японии была представлена усовершенствованная модель робота-тренажера *Showa Hanako 2*, которая была способна поддерживать разговор врача с пациентом. Робот мог двигать руками, если ему было больно, и качал головой в знак одобрения.

В 2011 году японские ученые создали робота в виде подушки против храпа — *Jukusui-Kun*, а также устройство, помогающее при апноэ (остановке дыхания) во сне. Технически идея таких роботов заключалась в том, что устройство должно было фиксировать звуки храпа спящего человека. А при помощи датчика, надетого на палец, робот определял уровень кислорода в крови. Обнаружив нежелательные отклонения от нормы, робот аккуратно будил спящего человека, вынуждая его сменить позу.

Японцы, почувствовавшие все преимущества применения роботов в повседневной жизни, активно внедряют их на практике. И в первую очередь это относится к бытовым помощникам человека. Даже самый общий список таких помощников свидетельствует о востребованности и современных роботов в жизни японцев. Роботизированная продукция только одной фирмы *Panasonic* включает в себя:

- роботы-кровати, превращающиеся в кресло-коляску;
- роботы — носильщики тяжестей;
- роботы, сортирующие, гладящие и складывающие одежду;
- роботы — передвижные холодильники, доставляющие еду прямо в квартиру из багажника грузовика;
- роботы-посудомойки, сделанные в форме механизированной руки, способной собрать со стола или плиты грязную посуду, класть ее в посудомоечную машину или самостоятельно очищать под струей воды. Благодаря сенсорам и специальным резиновым «напальчникам» такие устройства хорошо справляются даже с хрупкими материалами: стеклом, хрусталем, фарфором.

Помимо роботов — помощников в быту, японские потребители современной техники заинтересованы в приобретении робототехнических устройств, способных приходить человеку на помощь при чрезвычайных ситуациях, например в случае землетрясений или цунами. Благодаря своим воз-

возможностям такие роботы используют значительную физическую силу, достаточную, чтобы решать задачи по спасению человека в сложных условиях. Они могут, например, без труда разбирать завалы, искать выживших после землетрясения, вытаскивать людей на поверхность. В 2017 году компания *Honda* представила публике своего робота — E2-DR, способного преодолевать завалы, узкие проходы, идти по неровным поверхностям, перемещаться в помещениях с низкими потолками, подниматься по лестницам (в том числе по вертикальным) и работать под проливным дождем. Другие роботы той же компании HRP-2 *Kai* и *Jaxon* демонстрировали на выставке свои возможности передвигаться по тонкой доске или ползать по-обезьяньи, т. е. с согнутой спиной и опираясь на руки.

Продукция робототехники в Японии постоянно пополняется новыми образцами, технически более сложными и востребованными. К таковым можно отнести роботов-официантов. В конце 2018 года в одном из токийских кафе начали работать белоснежные роботы из серии *Ori-hime*, которые плавно перемещались между столиками и разносили на подносе кофе, соки, пирожные. В отличие от других роботов, которые работают вместо человека, данная модель создавалась для того, чтобы трудиться вместе с людьми с ограниченными физическими возможностями. При входе в такое кафе посетитель покупает билет, который дает ему право занять столик и заказать напитки у роботов. Каждый робот обслуживает по два столика, принимая заказы и принося соки или кофе. Роботы вежливо приветствуют посетителей кафе при входе, представляются и вступают с ними в разговор. В руках у них всегда поднос с блокнотом, в котором нужно отметить выбранный заказ. Через несколько минут робот приносит напитки. Кафе с роботами пользуется особой популярностью у жителей Токио, все столики там всегда заняты, а места бронируются заранее.

Идея создания таких роботов проста. Она заключается в том, что использование роботов помогает скрасить жизнь инвалидам, которые утратили способность двигаться в результате несчастных случаев или болезни, и обеспечить их посильной работой, которую можно выполнять не выходя из дома. Роботы серии *Ori-hime* приходят им на помощь. Человек с ограниченными возможностями, находясь дома, дистанционно через интернет-соединение с мобильных устройств управляет роботом-официантом. Такая работа не требует особых навыков. Владельцы кафе, таким образом, помогают людям с ограниченными возможностями заработать немного денег на жизнь. На груди каждого робота *Ori-hime* прикреплена табличка с фотографией и именем оператора-инвалида, с которым в случае необходимости всегда можно связаться по телефону. Создатели проекта перед входом в кафе написали свой девиз: «Для нас нет разницы между человеком и роботом».

В 2021 году, к моменту открытия Олимпийских и Паралимпийских игр в Токио, планируется открыть сеть кафе с роботами-официантами. Вероятно, японские инженеры, которые сегодня уже не мыслят свою жизнь без разработки все новых и новых видов роботов, и дальше будут радовать японскую общественность своими изобретениями и удивительными открытиями, облегчающими жизнь и повышающими настроение.

2.22. Японцы активно пользуются в своей повседневной жизни торговыми автоматами

Технический прогресс в XXI веке быстрыми темпами меняет повседневную жизнь многих людей в различных странах мира, однако новости о последних достижениях все чаще приходят из Японии. Японские инженеры и специалисты из всех сил стараются работать на опережение своих конкурентов, активно внедряя роботов и передовую автоматику во все

сферы жизни своих сограждан. Уже с 2016 года в большинстве японских гостиниц, торговых центров, медицинских клиник бойко работают умные и доброжелательные роботы.

Однако помимо разработки современных роботов Япония в последние годы лидирует по разнообразию и количеству выпускаемых торговых автоматов. Торговые автоматы — это устройства, осуществляющие мелкорозничную торговлю товарами, оплата и выдача которых осуществляется с помощью технических приспособлений, не требующих непосредственного участия продавца. В Японии все идет к тому, что в ближайшем будущем профессия продавца вообще может стать редкостью, поскольку на каждом углу стоят автоматы по продаже продуктов и других предметов.

Япония побила все рекорды по количеству торговых автоматов и разнообразию товаров в них. Они уже сегодня играют чуть ли не главную роль в сфере продаж. Количество таких машин в стране составляет 5,6 млн (1 автомат приходится на 23 жителя, тогда как в США — на 35 жителей, в странах Западной Европы — на 110 жителей, а в Российской Федерации — на 625 жителей). Самыми распространенными в Японии являются автоматы по продаже напитков (их более 2,6 млн). Объем рынка японского вендинга (торговля через автоматы) составляет около 60 млрд долларов и является самым большим в мире.

Японцы любят торговые автоматы. По всей стране их насчитывается более 5,5 тысяч различных видов, и такого разнообразия нет ни в одной другой стране мира. За долгие годы эксплуатации эти машины значительно усовершенствовались. В торговых автоматах в Японии продаются свежие яйца, овощи и фрукты, мешки с рисом, живая рыба, мороженое, букеты живых цветов, туалетная бумага, презервативы, зонтики, различные журналы — то есть все, что только может быть востребовано в повседневной жизни. Если, например, на молодежной вечеринке закончился лед, то за ним всегда

можно сбегать в соседний автомат. В синтоистских и буддийских храмах, где всегда множество посетителей, также установлены автоматы, торгующие различными сувенирами и талисманами.

Пиво в Японии любят многие и пьют его в огромном количестве в любое время суток. Поэтому нет ничего удивительного в том, что его можно купить не только в баре, но и в автомате на своей улице точно так же, как кофе или сок. Это экономит время тем покупателям, которые не хотят тратить его на заход в магазин.

Разнообразие автоматов в Японии поражает воображение, поэтому когда у японца возникает необходимость в приобретении какой-то вещи, то это не становится для него проблемой — он выбегает на улицу и покупает ее в автомате, не отходя от дома. Например, если неожиданно назначена важная встреча или совещание, но вы оказались без галстука, не беда — автомат всегда рядом! Или в самый непредвиденный момент вас подвели электрические батарейки. Каждый японец знает, что ближайший автомат его выручит и предложит нужный товар. В Японии автоматы торгуют зонтами, колготками, носками, нижним бельем, хозяйственными перчатками, дисками с музыкой и фильмами и т. д.

Трудно представить себе огромное количество автоматов, торгующих сэндвичами, супами быстрого приготовления и закусками, и они действительно составляют серьезную конкуренцию сетям фаст-фуда.

Около каждого автомата всегда установлены специальные сортировочные корзины для мусора, в которые после употребления того или иного продукта выбрасывается использованная тара. В Японии все должно быть не только удобно, вкусно, но и продуманно с точки зрения утилизации отходов и заботы об охране окружающей среды.

Японцы сегодня не представляют свою повседневную жизнь без торговых автоматов и постоянно прибегают к их услугам.

2.23. Японцы крайне ответственно подходят к сбору и утилизации бытовых отходов

Японцы отличаются своей уникальной потребностью в чистоте, оставляя в этом отношении далеко позади себя многие высокочивилизованные европейские страны. Причем эта потребность у японцев касается не только собственного тела, но и их жилищ и территории. Поэтому нет ничего удивительного в том, что именно Япония оказалась в числе лидеров по решению сложнейшей проблемы современности — чрезмерного накопления в больших и малых городах миллионов тонн бытовых отходов, их сортировки и утилизации.

Японцам сегодня трудно представить картину, когда горы мусора «украшали» бы автобусные остановки, чтобы кто-то бросал мусор в уличные канавы или кидал отходы в мусорные кучи вдоль проезжих дорог. В японских школах отсутствуют уборщицы, уборка классов, туалетов и коридоров — это неотъемлемая часть школьной программы и воспитания учеников. Детей приучают заботиться о чистоте мест общественного пользования. Поэтому во взрослой жизни японцы всегда соблюдают выработанную еще в детстве привычку — убирать за собой любой мусор, где бы они ни находились — дома или в общественном месте.

Любопытно, но когда японцы приезжают к нам в страну, они никак не могут понять, почему в российских городах так много мусора, даже перед фешенебельными зданиями. И им порой трудно бывает объяснить, что наше экологическое самосознание и отношение к чистоте пока еще находятся на крайне низком уровне. Сложно также предсказать, когда же наконец россияне станут аккуратно сортировать мусор — отделять пластик, бумагу, стекло, металл, органические отходы. Официально только московский регион ежегодно выбрасывает более 70 млн тонн бытовых отходов, из которых только 3 % экологично перерабатываются, а еще 6 % — сжига-

ются. Остальной же мусор, т. е. 91 % его объема, традиционно вывозится на мусорные свалки.

Многие россияне были удивлены, когда на прошедшем в России чемпионате мира по футболу 2018 года японские болельщики по привычке на трибунах убрали мусор не только за собой, но и за другими людьми. Справедливости ради следует отметить, что поведению японских чистюль поражались не только наши соотечественники, но и многие иностранные гости чемпионата. Японцы преподали тогда наглядный «урок чистоты» всему миру.

Сами же японцы никак не могут понять, почему всех так удивляет их стремление к чистоте. Дело в том, что в Японии профессия мусорщика считается весьма престижной и уважаемой в обществе. Они не представляют, как можно не сортировать выбрасываемый мусор, так как в Японии эту работу обязаны выполнять все граждане. В любом многоквартирном японском доме специально выделены контейнеры для пластика, коробки для стеклянных бутылок, алюминиевых банок. В отдельный контейнер собираются электрические лампы, батарейки, зажигалки, металлические крышки. В контейнеры выбрасывают пластиковые бутылки без крышек и без этикеток, предварительно их расплющивая, а крышки кладут в специальный ящик.

Всем жителям городов по почте высылают объявления с графиком сбора мусора. В них четко указаны дни недели вывоза рассортированных отходов. Таким образом, система утилизации мусора в Японии организована так, что у ее граждан просто не остается иного выхода избавиться от мусора, кроме как предварительно разделив его и отсортировав. Для повышения ответственности жителей перед соседями мусорные пакеты в Японии делаются прозрачными, и в них видно все их содержимое. Это лишний раз дисциплинирует жильцов, и без того приученных внимательно относиться к проблеме мусора. Например, если в день, когда по распи-

санию должны вывозить сжигаемый мусор, житель захочет выставить несортированные бытовые отходы, мусоросборная машина их просто не заберет и оставит специальный стикер с предупреждением, чтобы в следующий раз житель был более внимателен.

Нередко иностранцев, которые впервые оказываются в Японии, поражают две вещи — чистота на улицах и практически полное отсутствие мусорных баков и специальных мусоросборников. Чтобы поддерживать сознательность японцев на должном уровне, власти периодически напоминают им о том, что незаконный выброс мусора — это уголовное преступление, которое карается лишением свободы сроком до 5 лет и штрафом до 10 млн иен!

По причине ограниченности пригодной для проживания на Японских островах территории власти уже давно озаботились проблемой утилизации отходов. Первый завод по сжиганию мусора в Токио был построен еще в 1924 году, и именно тогда муниципальные власти начали прививать населению культуру обработки отходов, т.е. их предварительную подготовку к дальнейшей утилизации, включая сортировку, разборку, очистку, разделение отходов на сжигаемые и не-сжигаемые.

Со временем технологии переработки мусора в Японии шагнули вперед, и сегодня в Токио действуют 22 суперсовременных предприятия, оснащенные по последнему слову техники. Все системы на заводе полностью автоматизированы, поэтому для работы в контрольном центре достаточно всего двух сотрудников. Сам завод — это небольшая теплоэлектростанция, так как он работает на той энергии, которую сам вырабатывает в результате сжигания мусора. На одном экране выводится информация о том, сколько выработано энергии для обеспечения деятельности самого предприятия, а на другом — остатки, которые предприятие может продать энергетическим компаниям. Большая часть завода — это не печи

по сжиганию мусора, а очистные сооружения. Так что воздух и окружающая среда вокруг завода не страдают, а, напротив, вокруг завода всегда цветут сады. И даже пепел, как результат производственной деятельности завода, идет в дело — из него насыпают острова, где возводят престижные жилые районы. К 2020 году власти Японии намерены претворить в жизнь программу, призванную уменьшить объемы выбрасываемого мусора в крупных городах страны на 60 % по сравнению с уровнем 2000 года.

Несжигаемый мусор утилизируется путем измельчения и также используется в качестве сырья при сооружении насыпных территорий. В Японии ежегодно зарывают около 500 тысяч тонн переработанного мусора. Затем его покрывают слоем грунта, высаживают деревья, разбивают парки. На одном из таких насыпных островов были построены объекты олимпийской деревни к летним Олимпийским играм, которые пройдут в Токио в 2021 году.

Активная пропаганда среди населения целесообразности раздельного сбора мусора в Японии началась более четверти века тому назад. В результате более 90 % всех пластиковых бутылок в стране сегодня поступает на переработку и производство новых товаров. Олимпийская сборная Японии во время Олимпиады-2021 будет жить и тренироваться на насыпных островах из утилизированных отходов, в которых высока доля переработанного пластика.

Японцы убеждены, что экологическая безопасность, чистота городской среды важны для жителей страны не менее, чем разработка и использование новейших систем ПВО. Главным приоритетом в стратегии переработки мусора и вторичном его употреблении в Японии является его использование в качестве материала, направляемого на строительство насыпных островов.

**Часть третья
ЯПОНЦЫ В СЕМЬЕ, ДОМА
И НА ОТДЫХЕ**



3.1. Отношения между супругами в японской семье

Послевоенная японская Конституция 1947 года провозгласила равноправие мужчин и женщин, что открывало японкам новые сферы жизнедеятельности, о которых до войны они не могли и мечтать. Гражданский кодекс Японии 1947 года также снимал целый ряд ограничений для женщин и предоставлял им новые права и свободы. В частности, они могли получать высшее образование, а также работать наравне с мужчинами в различных государственных учреждениях. Гражданский кодекс Японии (общая часть, вещное право, обязательственное право, семейное право и наследственное право) вступил в силу еще 16 июля 1898 года и просуществовал до 1947 года, когда его четвертый и пятый разделы претерпели значительные изменения.

Однако говорить о наступлении для японок полной эмансипации было рано. Отношения между супругами в японской семье по-прежнему определялись сохранением в обществе традиционной системы *ие*, означающей семью, клан, дом, хозяйство и т. п., при этом подчеркивалась важность семьи как основной ячейки японского общества.

В традиционном японском понимании концепция *иэ* выражает сущность группового сознания японцев, основанного на беспрекословном подчинении всех членов семьи ее главе. В современном японском обществе понятие *иэ* претерпело некоторую трансформацию и скорее условно напоминает термин «компания», где все работники считаются членами одной большой семьи во главе с ее президентом. Фактически система *иэ* сохранила в себе идеологическую основу коллективистской концепции «семья-нация».

Институт патриархата — одна из главных отличительных особенностей системы *иэ*. Глава дома — это обычно старший мужчина в семье, обладающий абсолютной властью. Он контролирует все события, происходящие в семье, например, требуется его согласие, когда члены семьи женятся или выходят замуж.

Основу существования семейного уклада *иэ* следует искать в культе поклонения предкам. Для большинства японцев, за исключением императора и аристократов, родословная и имена их предков обычно были неизвестны. Поэтому при наличии системы *иэ* люди поклонялись своим предкам, веря, что прародители заложили основу для существования их дома-*иэ*, наблюдают за семьей и обеспечивают ее благополучие. Поэтому все обязаны с уважением относиться к любым решениям главы дома *иэ*. Японцев с самого детства приучали к этой системе и пониманию своего места в жесткой иерархии. Считалось, что, если кто-либо не гордится своими предками, он будет проклят и боги не будут поддерживать его. Во всех домах японцев имеется *буцудан* (домашний алтарь) для воздания благодарности покровителям *иэ*. Члены семьи строго соблюдают обязанности по уходу за могилами предков и периодически навещают их, например в летний праздник *О-бон* (День поминовения усопших).

Экономические и социальные изменения в послевоенной Японии наложили свой отпечаток и на семейные отношения,

и, как результат, японская женщина оказалась перед объективной необходимостью выхода на рынок труда. Усилившийся в послевоенной Японии процесс урбанизации и роста имущественного расслоения в деревне способствовали распаду патриархальных семейных кланов и образованию взамен них малых, так называемых нуклеарных семей, состоящих из родителей (родителя) и детей либо только из супругов, когда на первый план выдвигаются отношения между представителями одного поколения (мужем и женой), а не представителями разных поколений (родителями и детьми).

Однако отношения в японской семье разительно отличаются от привычных европейских. Например, жена и муж редко проводят свободное время вместе. Обычно муж старается уйти из дома куда-нибудь один, а жена предпочитает встречи со своими подругами, хотя среди молодых японцев наметилась тенденция семейных прогулок по воскресеньям вместе. По этому поводу японские мужья в шутку называют новую практику отношений «семейным сервисом».

Согласно статистике лишь немногим более половины женатых японцев из среднего класса возвращаются домой к девяти часам вечера, так как считают обременительным находиться по вечерам в обществе своей жены. Вечерние «выходы» мужской части населения Японии давно стали неотъемлемой частью японского образа жизни. Многие «белые воротнички» стремятся сбросить с себя накопившееся за день напряжение или просто пообщаться с людьми своего круга. Едва начинают сгущаться сумерки, как любители снять стресс и повеселиться устремляются в районы ночных заведений крупных и малых городов. Одни жаждут развлечений, а другие — рядовые труженики — просто хотят отдохнуть, забыться, расслабиться. Но и в этом случае они не забывают, что должны заботиться о поддержании тесных контактов с сослуживцами не только на работе, но и после нее. Провести вечером свободное время за выпивкой с коллегами — значит сохранить

и упрочить хорошие отношения на работе, поддержать *team building*.

Обычно служащие являются постоянными посетителями сравнительно недорогих ресторанчиков. Как только они переступают их порог, им тут же подносят рюмочку саке или бокал пива. Посетители чинно рассаживаются и начинают обмениваться новостями или беседуют о разных проблемах. Тут и жалобы на боссов, и советы по житейским вопросам, и обсуждение производственных проблем. Часто можно услышать дружеские одобрения удачных поступков собеседника, увидеть товарищеские похлопывания по плечу. Пересуды сменяются осуждением каких-то неполадок, критикой неурядиц. Однако во всем этом никогда не чувствуется ни тени озлобленности или уныния: японец смотрит на жизнь спокойно, так как по своей сути многие японцы — фаталисты. Характерно, что ночная жизнь больших городов сравнительно коротка, гуляния по ночным заведениям длятся не более двух-трех часов, примерно с восьми до одиннадцати часов вечера. Потом большинство «гуляющих» расходятся, так как им еще надо добираться до дома, до которого, как правило, езды не менее часа-двух, и нужно еще успеть на электричку. В случае опоздания на электричку последний шанс попасть домой — это ночной автобус, специально запущенный для гулявших служащих.

В понимании современного японца институт семьи прочно связан с традиционной системой ценностей, в которой роль женщины сводится к охране домашнего очага. В Японии и сегодня многие придерживаются мнения о том, что благополучие семьи и государства зависит от того, насколько каждое новое поколение японцев преданно сохраняет традиции, уважает своих предков. Так, следуя традициям, японка в начале своей жизни должна почитать отца, в замужестве — мужа, а после смерти мужа — сына, а сыновняя преданность выступает гарантом сохранения семьи. Согласно учению

Конфуция существуют три тысячи проступков, степень тяжести которых классифицирована в пять категорий, но нет более тяжкого проступка или даже преступления, чем непочтительность детей по отношению к родителям.

В патриархальной японской семье брак заключался вне зависимости от согласия молодых, девушку никто не спрашивал о ее мнении при выборе жениха, и такая ситуация сохранялась практически до конца первой половины XX века. Хотя ситуация в современной Японии несколько изменилась, но исторические пережитки прошлого порой дают о себе знать.

До сих пор японские мужчины критикуют европейцев за сохранение «культы женщин», они его отвергают, считая, что Запад слишком превозносит женщину в повседневной жизни. Подчиненный статус женщины в японском обществе проявляется во всем, что находит свое выражение даже в современном японском языке. Достаточно сказать, что для мужчины привычно при обращении к жене местоимение *о-маэ* (ты), которое всегда употребляется в отношении к нижестоящему, тогда как жена при обращении к мужу должна употреблять вежливое обращение *аната* (вы), которое принято по отношению к вышестоящему. В современных семьях в последнее время, особенно в городах, многие мужья, впрочем, как и их жены, употребляют имена собственные при обращении друг к другу, что является показателем влияния западной культуры. Эта тенденция впервые появилась сразу после окончания Второй мировой войны.

Японское общество и японская семья всегда строились по принципу соблюдения иерархии в отношениях между ее членами, между мужчинами и женщинами. Это была иерархия подчинения женщин мужчинам, которая особенно строго соблюдалась в семьях, где родилась девочка, равно как и в семье, куда ее впоследствии выдавали замуж. Буддизм учит, что женщина стоит на жизненной лестнице ниже мужчины, что

она несет зло, являясь причиной многих раздоров. Достигнув совершеннолетия, молодая японская женщина с тревогой ожидала момента, когда она переселится в чужую семью, где ей придется во всем подчиняться свекрови. В Японии разводы происходили большей частью из-за конфликтов свекрови с невесткой, и в таких случаях молодую женщину с позором отсылали к ее родителям.

Конституция Японии 1947 года гарантировала женщинам равный с мужчинами статус. Это значит, что формально патриархальная система семьи была отменена. Однако традиции и историю невозможно отменить одним законодательным актом, и поэтому дух патриархальности сохраняется во многих японских семьях и сегодня.

Тем не менее японские женщины, воодушевленные предоставленной Конституцией эмансипацией, пытаются воспользоваться полученными ими правами и изменить свой статус в обществе. Социологические исследования свидетельствуют о том, что 62 % замужних японок согласились бы на развод, если бы имели самостоятельный источник дохода. Однако лишь незначительная часть японских женщин может позволить себе подобный шаг, так как традиции крепко удерживают их от принятия «опрометчивых» решений о разводе. Вместо этого они встречаются со своими подругами, оживленно дискутируют о женской свободе, но все же предпочитают возвращаться домой, чтобы не раздражать своих мужей. А японские мужчины, давая возможность своим женам всласть наговориться о свободе, дома и в жизни неукоснительно требуют послушания.

В чем же все-таки главная причина зависимого положения японской женщины в семье и в обществе в целом? Дело в том, что большинство современных японок после замужества вынуждены уходить с работы, объективно обрекая себя на зависимое финансовое положение от мужа. Кроме того, они связаны ответственностью перед детьми. Возможности

японки самостоятельно заработать себе на жизнь невелики. Многие японские законы о семье и браке, хотя и были приняты в современных условиях, в значительной степени сохраняют старые патриархальные ценности. Например, в них не поднимается вопрос о необходимости раздела общего имущества при разводе, о материальной поддержке женщины после развода и даже о крыше над ее головой. При отсутствии близких родственников, которые могли бы ее поддержать, а также если у женщины нет специальности для обеспечения собственной финансовой независимости, развод для нее становится гораздо большей трагедией, чем жизнь с нелюбимым или разгульным супругом.

В последнее время причина, на которую чаще всего ссылаются японки, требующие развода, — это супружеская несовместимость (то, что в привычном нам выражении называется «не сошлись характером»), без детализации, в чем она проявляется. Молодая жена очень скоро после свадьбы разочаровывается в своей семейной жизни, видя, как муж целый день проводит на работе, как он сосредоточен на себе и занимается своими делами, а вечерами посещает питейные заведения со своими коллегами, отдыхает в бане и т. п. Молодую жену постепенно охватывает желание сломать заведенный порядок вещей, однако традиция держит женщину в пределах домашнего очага.

Вплоть до настоящего времени система *иэ* продолжает оказывать влияние на поведение супругов, и поэтому нет ничего удивительного в том, что общественное мнение отрицательно относится к разведенным женщинам, а администрация на работе может даже смотреть на них с предубеждением как на «неблагонадежных». Женское равноправие в Японии пока еще не обрело своего реального воплощения, и поэтому традиционно женщину продолжают рассматривать только как мать и хранительницу семейного очага, а не как самостоятельного и независимого члена общества.

Но следует учитывать тот факт, что сегодня в Японии происходит разрушение традиционных экономических институтов, сложившихся после окончания Второй мировой войны, и в первую очередь — системы пожизненного найма и повозрастной системы оплаты труда, что в корне меняет материальное положение семьи. Это значит, что сегодня одного только заработка мужа нередко не хватает на поддержание семейного хозяйства, на воспитание и образование детей, и жене приходится задумываться о выходе на работу, чтобы хоть как-то разрешить возникающие в семье финансовые проблемы.

В сознании многих японцев образ матери связан, прежде всего, с понятием *амаэ*, значение которого в русском языке трудно передать одним эквивалентом. Это — некий собирательный образ, включающий в себя чувство особой связи матери и ребенка, зависимости ребенка от матери, которая дала ему жизнь. И каждый японский ребенок сохраняет чувство *амаэ* в своей взрослой жизни. Поэтому японцы весьма положительно оценивают стремление родителей опекать своих детей и разделяют ответное чувство детей по отношению к своим родителям. Вместе с тем японцы понимают, что во всем важна мера, так как опека, граничащая со слепой привязанностью, в итоге оказывает отрицательное воздействие на формирование личности ребенка, на его самостоятельность. Функция матери в сознании японца — это не только любовь, нежность и ласка, но и социальный контроль за поведением ребенка: мать наделена влиянием, ребенок ей поклоняется, ее побаиваются и с ней считаются.

При всей консервативности взглядов современного японского общества на роль матери как хранительницы домашнего очага тем не менее невозможно отрицать и происходящие в этой области изменения: современные дети стали более непослушными, а мужья — более сговорчивыми. Формально японская мать все еще ревностно соблюдает традиции, ува-

жая приоритет и статус мужчины в семье, однако, по существу, она уже многое пытается делать по-своему, так как повседневная жизнь дает ей больше простора и самостоятельности в семейных делах.

Еще совсем недавно японка несла ответственность за весь дом: она воспитывала детей, поддерживала домашнее хозяйство, была заботливой женой. Японский муж, как глава семейства, много работал, проводил свободное время по своему усмотрению, вручал зарплату жене, с тем чтобы она выдавала ему ежедневно определенные суммы на карманные расходы. Кухня в доме считалась местом, куда мужчине было стыдно даже заглянуть.

Но сегодня многое меняется в японском доме. Мужчина на кухне, помогающий своей жене в приготовлении пищи, — уже не редкость. Мужья могут заниматься домашним хозяйством и нянчить детей, пока жены зарабатывают деньги. Все больше на улицах японских городов появляется мужчин с хозяйственными сумками, выполняющих поручения жены по закупке продуктов. Подобные явления у старшего поколения вызывают печальную улыбку и саркастические замечания о том, что «японский мужчина теряет свое достоинство», а «японка утрачивает свою женскую добродетель».

Однако процесс пошел, и, вероятно, возврата к прошлому в японской семье уже не будет. Скорее всего, будет происходить процесс корректировки образа современной японской женщины, в прошлом хранительницы семейного очага, а сегодня — самостоятельного и независимого члена семьи, способного принимать решения в повседневной жизни.

3.2. Усыновление детей в современных японских семьях

Усыновление (удочерение) — форма семейного воспитания детей, лишенных родительской опеки, с установлением между усыновленным и усыновителем правовых (личных

и имущественных) отношений, существующих между родителями и детьми. В Японии этот вопрос напрямую связан с решением проблемы наследования, которая в рамках сохраняющейся системы *из* является основополагающей.

В мировой юридической практике есть три формы семейного устройства детей. Во-первых, это регистрация детей, родившихся в семье от законных родителей, во-вторых, это усыновление или удочерение детей как форма их семейного воспитания и, наконец, родительская опека как форма семейного устройства малолетних, т.е. несовершеннолетних детей до 14 лет, оставшихся в силу различных причин без попечения родителей. Из двух последних форм усыновление является оптимальной, поскольку при этом между усыновителями и усыновляемым складываются не только близкие, родственные отношения, но и происходит юридическое закрепление этих отношений, когда усыновленный ребенок в своих правах и обязанностях полностью приравнивается к кровному ребенку, а усыновители принимают на себя все родительские права и обязанности по его воспитанию.

Институт усыновления в Японии насчитывает не одну сотню лет, и к данной процедуре вынуждены были прибегать прежде всего те семьи, в которых не было кровных наследников для продолжения рода, а также для поддержки пожилых членов семьи в старости. В таких случаях принималось решение об усыновлении чужих детей. Надо отметить, что эта проблема особенно волновала именно мужчин из влиятельных и знатных семей, которые боялись умереть, не оставив наследника мужского пола, и не иметь возможности продолжить фамилию, т.е. оставить свой след на земле.

Преемственность семейного клана была чрезвычайно важна в системе *из*. Осознание того, что все члены семьи принадлежат к одному роду, делало их сплоченными, нацеленными на сотрудничество. В особенности это касалось самураев, дороживших кровным родством с главой своего

рода. Поэтому самураям из высшего сословия, помимо официальной жены, разрешалось иметь много наложниц для продолжения фамильной родословной. Одной из главных обязанностей жены было родить сына — наследника и продолжателя рода.

Именно для этой цели, т.е. ради сохранения фамильного рода любыми доступными способами, в Японии и были разработаны нормы и правила усыновления. Даже если в семье было несколько дочерей, глава семьи не мог рассчитывать на продолжение рода, так как после замужества все его дочери переходили в семью мужа и становились частью его клана и фамилии. Согласно японским традициям не допускалось усыновление единственного сына из другой семьи, но если у усыновителя рождался свой сын или родные родители усыновленного оставались без сына, то был возможен возврат усыновленного в родную семью.

По легенде, японская традиция усыновления детей берет начало в 717 году, когда бог горы Хакусан явился во сне монаху Таитё Даиси и рассказал ему о целебном горячем источнике в соседней деревне. Тот, в свою очередь, посоветовал своему ученику Гарё Хоси открыть в указанном месте постоянный двор. Гарё Хоси так и поступил, а позднее, стремясь передать свое дело в надежные руки, усыновил мальчика, который и продолжил его предприятие.

(В Книге рекордов Гиннеса данная японская гостиница-рёкан *Хоси* называлась старейшим отелем в мире. Она расположена в городе Комацу в префектуре Исикава. Гостиницей непрерывно владели 46 поколений одной и той же семьи. В 1994 году ей был присвоен титул старейшей гостиницы в мире, что дало ей право вступить в так называемый клуб «Енох». Клуб «Енох» — неофициальная организация, возникшая во Франции в 1981 году и получившая свое название в честь ветхозаветного патриарха Еноха, прожившего, согласно Библии, 365 лет. Организация объ-

единяет все компании в мире, возраст которых насчитывает более 200 лет. Однако в 2011 году представители Книги рекордов Гиннеса пересмотрели свое прежнее решение и отдали титул старейшей гостиницы другому японскому отелю-рёкану *Нисияма онсэн кэйункан* в поселке Хаякава в центральной части Японии. С момента основания этого отеля в 705 году им владели 53 поколения одной семьи.)

Традиции японской системы наследования таковы, что если мужчина не смог при жизни родить сына, готового взять на себя ответственность и обеспечить безопасность дома, то его собственная роль на земле считалась невыполненной. В тех редких случаях, когда сын оказывался недостойным, отец мог лишить его права на наследство. Во многих случаях актом усыновления признавался прием в семью мужа дочери. В этом случае не дочь переходила в семью мужа и брала его фамилию, а муж становился членом ее семьи и принимал фамилию жены! Усыновление обычно совершалось на основе общего согласия всех членов семьи, разумеется, при получении согласия со стороны главы семейства.

Как известно, в Средневековой Японии периода Токугава (1603–1868) общество было четко разделено на четыре сословия — самураи, крестьяне, ремесленники и торговцы. Смена рода занятий, определявшего социальное положение японцев, строго наказывалась, а четкая иерархия накладывала соответствующие обязательства на семейные отношения для представителей разных сословий. Категорически запрещался, например, переход представителей вышестоящей социальной ступени на нижестоящую, а для нижестоящего на социальной лестнице японца такой переход был просто невозможен. Моногамия в браке была обязательна только для простолюдинов, не отягощенных вопросами продолжения рода, тогда как для представителей высшего самурайского сословия допускалась полигамия, хотя для аристократов были очерчены строгие правила наследования.

В настоящее время в Японии, так же как и в феодальный период, разрешается усыновление совершеннолетних юношей в случае, когда в роду есть только девушки. Японцы охотно прибегают к практике усыновления. Она служит не только способом защиты прав детей, потерявших родителей или попавших в тяжелую жизненную ситуацию, но и выполняет другую важную функцию, а именно — обеспечивает сохранение имущества внутри одной семьи.

По современным законам усыновление в Японии может быть проведено в административном или судебном порядке. Административная процедура начинается с подачи заявления в муниципалитет. Оно должно быть составлено в письменной форме и подписано не менее чем двумя совершеннолетними свидетелями. При усыновлении ребенка до 15 лет необходимо согласие законных представителей (родителей, опекунов). При усыновлении детей более старшего возраста необходимо согласие тех, кого усыновляют.

Дела об усыновлении рассматривают и в специальных семейных судах, которые ведут свою историю еще с 1867 года. Первоначально они создавались для рассмотрения дел несовершеннолетних правонарушителей и, строго говоря, были не судами в полном смысле слова, а, скорее, административными учреждениями. В послевоенной Японии с 1949 года этим судам были переданы функции традиционных судов по рассмотрению семейных и гражданских дел, при разрешении которых затрагивались имущественные интересы несовершеннолетних (раздел имущества в семье, имеющей детей, акты усыновления, установление отцовства и пр.), а также дела о правонарушениях взрослых, ущемляющих права детей и причиняющих им вред. В настоящее время в каждой префектуре Японии имеются семейные суды, состоящие не только из судей и их помощников, но также медиков, психологов и педагогов.

Практика усыновления взрослых мужчин в Японии ставит целью приобретения гарантированного наследника. Она также предполагает назначение преемника, который соглашается заботиться о семейных могилах, обеспечивать преемственность поколений в имущественных вопросах и продолжает вести дела семьи.

При этом кровное родство в Японии не играет первостепенной роли. Так, если в семье усыновителей родился свой сын, усыновленный мог по-прежнему оставаться наследником состояния. Более того, если биологический ребенок не подходил для того, чтобы возглавить семейное предприятие, его могли лишиться наследства и усыновить более «подходящего» наследника. В семьях самураев или торговцев случаи передачи семейного имущества по наследству приемным детям не превышали 25–35% от общего объема дел о наследовании имущества, и поэтому общественное мнение относилось к этому достаточно терпимо. Для сохранения семейного бизнеса в разные периоды японской истории владельцы таких крупных японских корпораций, как *Canon*, *Kikkoman*, *Suzuki* и *Toyota*, прибегали к усыновлению. Среди усыновленных были такие выдающиеся японские политики, как Токугава Иэясу (принц Минамото, дипломат и военачальник, основатель династии сёгунов Токугава, он был ближайшим сподвижником Оды Нобунаги и Тоётоми Хидэёси и завершил создание централизованного феодального государства в Японии), премьер-министр страны Киси Нобусукэ и другие известные в Японии люди.

Несмотря на то что практика приема мужа дочери — *мукоёси* в семью сегодня выглядит как пережиток прошлого, современные исследования показывают, что в конце XX века в сельских семьях отмечалось увеличение числа подобных усыновлений. В европейской традиции, как правило, сохраняется практика усыновления младенцев или маленьких детей, однако в Японии многие семьи, особенно состоятельные,

усыновляют взрослых мужчин, способных унаследовать бизнес семьи и в дальнейшем управлять им.

3.3. Национальные особенности воспитания детей в Японии

В современной педагогической науке подробно описаны особые методы воспитания детей в Японии, суть которых заключается в необычном, сугубо «японском» отношении к детям, когда в начале своей жизни ребенок растет безо всяких ограничений и запретов. Когда однажды у одной иностранки, прожившей в Японии длительное время, спросили, что она думает по поводу воспитания детей в этой стране, то она не задумываясь ответила, что если бы ей представилась возможность выбирать, где провести свое детство, то она, без сомнения, выбрала бы Японию.

Особо нежное и теплое отношение японцев к детям основано на полном отсутствии со стороны родителей каких-либо ограничений и строгостей, телесных наказаний. Процесс воспитания и формирования личности в Японии проводится в такой мягкой и ненавязчивой форме, что кажется, будто бы дети сами себя воспитывают. Родители в процессе воспитания проявляют исключительную выдержку и терпение, никогда не ругая ребенка, но ребенок при этом постоянно находится в центре их внимания.

Японские родители с высокой долей ответственности и серьезности относятся к воспитанию малышей. Дело в том, что большая часть браков в Японии заключается, когда мужчинам исполняется 27–30 лет, тогда как женщины выходят замуж в 24–25 лет. В последнее время наблюдается тенденция к еще большему повышению брачного возраста, как у молодых людей, так и у девушек. Это значит, что рождение ребенка в семье — чаще всего тщательно обдуманное и желанное событие. Кроме того, в стране работают консульта-

онные службы по планированию семьи, где опытные врачи и социологи помогают родителям определить, сколько детей и когда им желательно иметь. Такой подход минимизирует случаи появления незапланированных и нежеланных детей, что имеет решающее значение для их воспитания и формирования личности.

Будущие мамы в Японии находятся под постоянным и внимательным контролем врачей-акушеров, а в поликлиниках работают «школы будущих матерей», где опытные доктора читают лекции и проводят практические занятия по уходу за ребенком. Роды обычно проходят в больницах, но практикуются и вызовы акушеров на дом.

В Японии рождение детей рассматривается как сугубо личное дело, но родственники, знакомые и соседи супругов дарят им по этому случаю дорогие подарки, наносят визиты, чтобы засвидетельствовать свое уважение и разделить радость, которую несет в семью новорожденный.

Появление новорожденного сопровождается определенными церемониями и обрядами. К числу таких обрядов относится, например, традиция ставить пиалу с вареным рисом или класть обработанный камень рядом с подушкой новорожденного, чтобы голова младенца в будущем стала крепкой.

Впервые одежду с рукавами на ребенка надевают на третий день после рождения. Тогда же молодые родители угощают пришедших в дом родственников рисом с красной фасолью. Это блюдо подается при особо радостных событиях, а именно: при рождении ребенка, при возвращении близкого человека издалека и т. п.

Из всех обрядов и церемоний, связанных с появлением ребенка на свет, наиболее распространенным в Японии считается обряд, совершаемый на седьмой день после рождения. Он называется *сития* (седьмая ночь), или праздник по случаю наречения имени. При выборе имени ребенка родители

в Японии, как правило, принимают во внимание благозвучие и значение иероглифов, которыми оно пишется. По сути, в имя ребенка закладывается напутствие на его последующую жизнь. Имя для новорожденного могут выбирать его родители, а также дедушка с бабушкой или другие близкие родственники, хотя в Средневековой Японии было принято обращаться с просьбой о выборе имени к буддийским или синтоистским священникам.

Будущее имя пишется на бумаге, которую помещают у изголовья ребенка или дарят родственникам и соседям вместе с двумя рисовыми лепешками моти, одна из которых — белая, другая — красная. В некоторых консервативных японских семьях в этот день ребенка в первый раз выносят из дома на воздух.

Количество иероглифов, которые берутся в Японии для написания имен собственных, ограничено законом, и они были сведены в таблицу иероглифического минимума численностью в 1950 символов. В 1979 году в таблицу были внесены изменения, и количество символов увеличилось до двух с лишним тысяч. Для придания именам чисто национального колорита была введена таблица с еще 92 иероглифами. Все это власти делают для упрощения чтения имен собственных и исключения подмены японской системы наречения западноевропейскими именами. Японская администрация стоит на страже соблюдения родителями традиций присвоения имен своим детям!

Спустя сто дней после рождения ребенка несут в ближайший храм. Когда ребенку исполняется год, перед ним раскладывают различные предметы — книгу, молоток, японские счеты, кисточку для письма и т. д. По тому, какую из вещей он раньше всего возьмет в руки, предсказывают его будущее. Например, если ребенок возьмет счеты, родители объявляют, что он будет коммерсантом, если же выберет книгу — ученым. В этот день родители готовят гостям рис

с красной фасолью или рисовые лепешки и дарят угощения родственникам и соседям.

В современной Японии, несмотря на влияние западной культуры, национальные традиции продолжают занимать прочное место в повседневной жизни. И хотя японские дети, аналогично своим сверстникам на Западе, пытаются проявлять большую активность и нередко в подростковом возрасте показывают строптивость своего характера, правила приобщения детей к принятым в японском обществе нормам поведения в самом начале жизни неизменно дают свои результаты.

Родители очень аккуратно, без какого-либо психологического давления приучают детей к национальным обычаям. В современной Японии практикуются церемонии по случаю достижения трех, пяти и семи лет (*сити-го-сан*). Мальчиков 3–5 лет и девочек 3–7 лет приводят в храм, где совершается соответствующее богослужение. В этот праздничный день родители одевают своих детей особенно нарядно. Девочек, как правило, наряжают в *кимоно* и даже слегка подкрашивают щеки. Мальчиков облачают в национальную одежду *мон-цуки* (короткое верхнее кимоно с фамильным гербом) и *хакама* (часть японского официального костюма в виде широких шаровар, похожих на юбку) или же в одежду в европейском стиле. Купленные в храме леденцы, которые по-японски называются *титосэ-амэ*, по возвращении домой дети дарят родственникам и соседям.

Тот факт, что возраст детей, участвующих в этом обряде, равен трем, пяти и семи годам, имеет под собой определенную основу — согласно китайской науке о числах нечетные числа приносят счастье. Что же касается возраста семи лет, который является наиболее критическим в жизни каждого японца, то в этом случае от ребенка требуется особый «подход к богам», чтобы он их умиловил, и тогда они даруют ему право на существование в этой жизни. С этой целью и осуществляется богослужение.

Именно в возрасте семи лет дети впервые знакомятся с гендерными различиями. Мальчикам впервые в их жизни дарят *фундоси* (набедренную повязку, т.е. традиционное японское мужское нижнее белье, которое обычно представляет собой длинную ленту из ткани, которую следует обернуть вокруг талии, пропустить между ног и заправить или завязать сзади), а девочкам — передник или *косимаки* (*косимаки* не похожи ни на современные трусики, ни на шорты, японки надевают их под кимоно. Они представляют собой кусок ткани длиной до колен, который просто обертывается вокруг бедер и закрепляется на талии. Этот широкий пояс наматывается довольно плотно, поэтому двигаться со спутанными ногами практически невозможно, а работать — тем более. В зимнее время года *косимаки* защищали женщин от холода. Эту повязку японцы также называют «поясом стыдливости»).

Многие иностранцы бывают удивлены, когда видят японских женщин, носящих своих детей за спиной. Однако надо заметить, что этот обычай до сих пор достаточно популярен в японском обществе и дает стимул инженерной мысли создавать новые современные приспособления для ношения детей на себе.

5 мая в Японии традиционно отмечается как «праздник мальчиков», а 3 марта — «праздник девочек», который, впрочем, проводится гораздо скромнее.

Воспитание детей в японских семьях всегда направлено на формирование здоровой личности, соблюдающей нормы и ценности общества. Основная задача японского воспитания — научить ребенка понимать и уважать принципы других, стремиться ничем не выделяться в группе. Все это, наряду с чувством солидарности с семьей, способствует развитию у японских детей дисциплинированности и в то же время создает условия, сдерживающие проявления индивидуализма.

3.4. Особое внимание к организации системы школьного питания в Японии

Система школьного питания в Японии продумана до мелочей и строго соблюдается. Японские власти многое делают для того, чтобы не допустить роста ожирения среди населения, столь распространенного в развитых странах Западной Европы и США. И справедливости ради следует отметить, что Япония сегодня составляет редкое исключение в этом отношении: в стране граждане с лишним весом составляют поразительное меньшинство. Британские ученые провели в 2018 году исследование показателей среднего веса взрослого человека для разных стран мира и представили его результаты на одной из конференций ООН. Оказалось, что средний вес японских мужчин при равном росте с представителями других народов составляет 61 кг, а женщин — 51 кг. Это были минимальные значения среди жителей всех промышленно развитых стран мира. Аналогичные средние показатели веса у жителей США составляли 88 кг для мужчин и 75 кг для женщин, у жителей Великобритании — 84 и 69 кг, соответственно.

Завидная стройность японцев имеет свое объективное объяснение. Она связана, в первую очередь, с правильной организацией системы школьного питания, когда ученики на завтрак и обед получают блюда, которые содержат мало сахара и минимальное количество жареного, но много таких компонентов, как рис, мисо (соевая паста) и рыба.

Школьное питание — это важнейший ресурс здорового образа жизни японцев, формирования здоровой нации. Японские власти придают большое значение эффективному распространению знаний о правильном питании среди японской молодежи.

В Японии проблемы обеспечения качественного питания школьников и дошкольников приравняются к вопросам обеспечения национальной безопасности государства. И это

очень справедливо. В начале XXI века в России, по данным министерства здравоохранения, было установлено, что ухудшение состояния здоровья и снижение умственных и физических способностей детей, по сравнению с их сверстниками периода 1970–1980-х годов, было обусловлено вполне конкретными причинами, а именно — увеличением объема общеобразовательных дисциплин, интенсификацией самого процесса обучения, сильным переутомлением школьников, но главное — систематическим нарушением питания. Неправильное или неполноценное горячее питание детей и подростков было отмечено как основной разрушительный фактор для их здоровья. Достаточно сказать, что подверженность детского организма различным простудным заболеваниям в возрасте до 14 лет за последние 10–15 лет увеличилась на 50 %.

Вместе с тем Япония хорошо известна во всем мире долголетием своих граждан, что, в первую очередь, связано со здоровой национальной кухней и правильной системой питания. И дело не столько в продуманной до мелочей технологии процесса приготовления пищи японскими поварами, сколько в наличии другого важного фактора, который, по сути, и закладывает основы долгой и здоровой жизни этой нации, — это гармония питания как гарантия здоровья организма японцев. С детства в сознание каждого ребенка в Японии родители последовательно закладывают основополагающие элементы гармоничного взаимодействия человека с природой.

В японских школах вопросам питания уделяется особое внимание. Сама система организации питания заслуживает высокой оценки. Суть ее в том, что диетологи составляют специальное ежедневное меню для каждой возрастной группы учащихся, с учетом особенностей их развития и нагрузок. В отведенное для приема пищи время дети сами организуют дежурство по доставке обеда в классы и сами распределяют пищу среди одноклассников. Приносить свою еду из дома

школьникам запрещается, что дает возможность администрации школы контролировать их рацион питания.

Чиновники министерства просвещения Японии, разрабатывая многостороннюю программу по формированию здоровой нации, считают, что здоровый рацион питания школьников — важная, но сама по себе недостаточная мера. В целях знакомства школьников с базовыми понятиями диетологии в учебную программу школ первой и второй ступени включен предмет под названием «Основы здорового питания» и подготовлен специальный учебник по данной дисциплине.

Какие же задачи решает министерство просвещения Японии, включая данный предмет в школьную программу?

Во-первых, познакомить японских школьников с основными традиционными продуктами японской кухни, которые разбиты на следующие 18 групп:

1. Злаки
2. Картофель
3. Сахар и сладости
4. Тофу
5. Орехи и семена
6. Овощи
7. Фрукты
8. Грибы
9. Водоросли
10. Рыба и моллюски
11. Мясо
12. Яйца
13. Молочные продукты
14. Жиры и масла
15. Кондитерские изделия
16. Напитки
17. Приправы и специи
18. Переработанные продукты питания.

В каждой группе собраны различные наименования продуктов, где их полезные свойства подробно описаны по 17 основным показателям:

1. Специальный номер продукта в общем классификаторе
2. Наименование продукта (японское и английское названия)
3. Коэффициент отходов (%)
4. Калорийность продукта (ккал/кджоуль)
5. Содержание влаги (г)
6. Содержание белков (г)
7. Содержание жиров (г)
8. Содержание углеводов (г)
9. Содержание золы (г)
10. Содержание минералов
11. Витамины
12. Разновидности жиров
13. Содержание холестерина
14. Клетчатка
15. Содержание соли
16. Примерный расчет
17. Примечания.

При описании каждого продукта дается информация о его составе, сочетаемости с другими продуктами, описывается правильный метод его обработки в процессе приготовления блюд.

Кроме того, в учебнике приводятся наиболее общие сведения о минералах и витаминах, необходимых для нормального функционирования человеческого организма, рассказывается о проблемах и последствиях, связанных с дефицитом того или иного минерала. Школьникам прививают правила гармоничного питания и таким образом закладывают основы здоровья на долгие годы жизни. Школьники с ранних лет вооружены необходимым комплексом знаний для

самостоятельного поддержания жизнедеятельности своего организма.

Более того, полученные теоретические знания всегда закрепляются на практических школьных уроках кулинарии, которые являются неременной составной частью учебной программы в японской школе. На этих уроках школьников знакомят с правилами «пяти цветов» — красный, желтый, сине-зеленый, белый и черный. Суть такого подхода заключается в том, что эта цветовая гамма не только внешне привлекательна, но и весьма полезна для здоровья. Каждый цвет представлен соответствующим овощем или фруктом, и в комбинации создается нужная гамма витаминов и минералов для поддержания здоровья.

Полученные в детстве знания о вкусной и здоровой пище, а также о правильном образе жизни японские школьники несут дальше по жизни. Ведь поступая в университет, многие из них зачастую уезжают из родного дома и начинают самостоятельную жизнь, в которой они вынуждены рассчитывать только на себя. Поэтому для многих японских студентов нет проблем с обеспечением себя здоровым питанием: они хорошо подготовлены для начала «самостоятельного плавания» во взрослой жизни, опираясь при этом на собственные силы.

3.5. Необычная для европейцев планировка японского жилища

Жилое помещение в традиционном японском доме начинается с парадного входа — *гэнкан*, где все входящие снимают уличную обувь. Затем, как правило, расположены две смежные комнаты, пол которых покрыт циновками (*татами*). Несколько в глубине находятся миниатюрная кухня, туалет и ванная. Комнаты разделяются раздвижными бумажными перегородками, и если их полностью убрать, то образуется относительно просторное пространство. В одной из комнат

японцы принимают гостей, здесь имеется встроенная ниша — *токонома*. Разумеется, наряду с традиционными японскими домами в настоящее время существует и другой тип жилища — квартиры европейского типа в современных домах.

Внутри каждого японского дома непременно должны находиться ваза с цветами — *икебана* и свиток-картина, висящая в специальной нише. Даже на самом маленьком клочке земли перед домом японцы обязательно разобьют садик, в котором посадят несколько деревьев, установят каменный фонарь, а земля будет покрыта мхом. Такой сад можно увидеть перед частными домами практически во всех японских больших и малых городах. Устройство и убранство японского дома имеет строгую функциональную целесообразность и порядок, везде царят поразительная чистота и гармония.

Нигде в мире люди так часто, как в Японии, не меняют обувь: на улице, например, японцы носят обувь на жесткой подошве, но, входя в дом, надевают мягкие тапочки — *супитта*. Когда же они идут в туалет, то вновь меняют обувь и пользуются специальными шлепанцами. В дом категорически нельзя заходить в уличной обуви. Причина столь жестких требований к смене обуви кроется в том, что японцы традиционно живут в весьма ограниченном жизненном пространстве, которое стараются использовать максимально рационально. Это означает, что днем площадь квартиры служит жилой зоной, а ночью она превращается в спальную комнату, на полу которой расстилается постель. Именно это обстоятельство и предполагает соблюдение особой чистоты помещения.

Переступая порог японского дома, гости попадают в прихожую *гэнкан*, где пришедшие в дом выражают свои извинения по поводу того, что своим визитом они побеспокоили хозяйку, а та, в свою очередь, высказывает сожаление относительно своего скромного и тесного дома, в который гости были приглашены. И только после этих вежливых обменов своеобразными ритуальными приветствиями хозяйка гово-

рит: *О-агари кудасай* («Заходите, пожалуйста!»). Гости снимают уличную обувь и надевают мягкие домашние шлепанцы *супинпа*. Снятую обувь в передней ставят таким образом, чтобы ее легко можно было надеть при уходе. Когда гость входит в японскую комнату с *татами*, тапочки должны быть сняты, поскольку ходить по циновке принято лишь в специальных матерчатых носках — *таби* либо в обычных носках.

Это простое, казалось бы, правило превращено в Японии в своеобразный психологический и эстетический ритуал, который переживается японцами как преодоление барьера между внешним миром и интимной атмосферой домашнего очага. Предполагается, что гости, переступив такой барьер, как бы забывают о прошлом, о том, что было за этим барьером, и вовлекаются в совершенно иную для себя атмосферу домашнего уюта и гостеприимства.

Оставленная в *гэнкане* обувь может многое рассказать хозяевам дома об ее владельцах. Японская обувь как зеркало социального положения и профессии человека исполняет вполне определенную регулирующую функцию. Например, владельцы уютных японских гостиниц-рёкан тщательно рассматривают обувь гостя, с тем чтобы определить, какая комната в гостинице будет соответствовать его наклонностям и запросам.

Если внимательно присмотреться к типичному японскому дому, то становится понятной вся простота его строительной конструкции. Она включает в себя каркас, смонтированный из грубо обработанных деревянных брусьев, который устанавливается на многочисленных опорах, что придает постройке достаточную жесткость и уменьшает вероятность разрушения при землетрясениях. Из тех же соображений в японских домах отсутствуют несущие стены. Решетчатые рамы, на которые наклеена полупрозрачная бумага, могут по желанию сдвигаться и разбираться. Такая конструкция не препятствует проникновению в жилые помещения мягких утренних и вечерних солнечных лучей.

Обычный японский дом никогда не красится ни снаружи, ни изнутри. Внутренние конструкции всегда тщательно полируют, отчего они приобретают приятный вид, а внешние — предоставляют «обрабатывать» самой природе. В качестве традиционной крыши использовался серый тростник, однако такой материал легко воспламеняется от случайной искры, поэтому теперь его заменили черепицей, которую делают темно-серой, иногда в голубых или тускло-коричневых оттенках. Если позволяют обстоятельства и средства, то японцы непременно разбивают перед домом миниатюрный садик или воздвигают небольшой чайный домик. Но даже возле тех домов, которые начисто лишены дополнительной земли, японцы все же ухитряются создавать зеленые пространства, на которых размещают несколько камней причудливой формы.

Острейший дефицит пригодной для строительства свободной земли в крупных городах Японии практически исключает постройку около дома гаражей. Приобретение новых автомобилей, в свою очередь, в значительной степени лимитируется местами для парковок. Припарковать свой автомобиль около дома нельзя даже на ночь, так как узкие городские улочки совершенно не приспособлены для этих целей. А это значит, что всякий раз приходится за дополнительную плату арендовать парковочное место и далеко не всегда оно будет расположено около дома.

В японских городах строятся квартиры нескольких типов, состоящие из двух, трех или четырех комнат, однако наиболее популярными считаются двухкомнатные и трехкомнатные малогабаритные квартиры. Площадь одной комнаты в такой квартире обычно составляет около 12 кв. м (что соответствует шести татами). Разумеется, размер квартиры напрямую зависит от достатка семьи.

Внутреннее убранство современных японских городских квартир достаточно стандартно: они завалены множеством коробок, которые располагаются на шкафах, на полках и даже на вешалках, что является признаком ограниченности жило-

го пространства. Стены сплошь заставлены шкафами, бюро, полками и т. п., что вызвано отсутствием традиционных ниш. Японские уголки с просторными *токонома* и комнатами, предназначенными для чайной церемонии, впрочем, можно встретить в многокомнатных квартирах.

Именно поэтому большинство японских женщин значительно преуспели в искусстве рационального использования жизненного пространства и изобрели множество технологий для его оптимизации.

3.6. Национальная и европейская одежда в повседневной жизни японцев

Традиционная национальная одежда японцев получила распространение с III века н.э. Если верить китайским летописцам, тогда на троне находилась императрица Химико. Именно с периодом ее царствования в китайских хрониках появились первые упоминания о женском и мужском костюмах японцев. В те времена японцы уже умели изготавливать шелковые ткани, из которых они шили свою национальную одежду — *кимоно*.

Известно, что форму одежды, как и некоторые другие элементы своей культуры, к примеру чайную церемонию, иероглифическую письменность, японцы заимствовали у китайцев. Однако со временем все китайские традиции в Японии видоизменялись и приобретали свой неповторимый японский колорит. Так, традиционная китайская одежда — халат в японской культуре трансформировалась в весьма оригинальный костюм — кимоно. Его носили как женщины, так и мужчины. Кимоно в переводе с японского означает «вещь, которую следует носить».

Женское кимоно представляет собой длинный халат с широкими рукавами, стягиваемый на талии поясом *оби*. Различают кимоно для замужних женщин, которое называется *томосодэ*, и для незамужних девушек — *фурикодэ*. Основное

различие между ними заключается в длине рукава: у *томосодэ* рукав короче, чем у *фурисодэ*.

В свою очередь, *томосодэ* подразделяется на *куро-томосодэ* (кимоно черного цвета с узором) и *иро-томосодэ*, или кимоно-*хомонги* (цветное кимоно светлых пастельных оттенков с узором). Многие мамы женихов и невест, а также их ближайшие родственницы по случаю свадебной церемонии надевают *куро-томосодэ*. Однако каким бы красивым ни был узор на подоле кимоно, не следует забывать, что он нарисован на черном фоне, а это может вызывать чувство дискомфорта у окружающих. Поэтому сегодня родственники молодоженов все чаще отдают предпочтение цветным кимоно-*хомонги*.

Кимоно-*хомонги* представляет собой праздничное кимоно как для девушек, так и для замужних женщин. Оно украшено богатыми узорами. Иногда один большой рисунок может занимать всю поверхность кимоно, превращая его в настоящее художественное произведение. Этот вид кимоно наиболее открыт для фантазии и экспериментов художников. Кимоно-*хомонги* надевают на торжества (кроме семейных). В исключительно официальных случаях, например если кто-либо удостоен чести быть приглашенным на званый обед в Императорский дворец, следует облачиться именно в этот тип кимоно.

На каждом кимоно у японцев вышит символ семейного герба. Кимоно для официальных выходов, как правило, имеет пять символов семейного герба, тогда как обычное кимоно — три или даже один символ. На цветном кимоно рисунок чаще всего расположен в его нижней части.

«Завершающим элементом» кимоно выступает пояс *оби*, который фиксирует одежду и регулирует ее длину. *Оби* обматывают несколько раз вокруг талии и затягивают на нижней части спины различными узлами.

Кимоно заправляют слева направо. Исключение составляют церемонии, связанные с похоронами, когда кимоно наде-

вают на покойника. В этих случаях его заправляют в обратной последовательности, т. е. справа налево.

Оригинальное женское кимоно стоит дорого, в среднем более 10 тысяч долларов в «базовой комплектации», а со всеми дополнительными аксессуарами его цена может достигать 20 тысяч долларов и выше.

Японский традиционный женский наряд состоит из 11 основных предметов, надевать которые в одиночку крайне неудобно и сложно:

1. Собственно кимоно;
2. *Хададзибан* — нательная хлопчатобумажная рубашка;
3. *Нагадзибан* — сорочка, надеваемая на нижнюю рубашку;
4. *Сусоёкэ* — нижняя юбка для кимоно;
5. *Датэдзимэ* — широкий пояс, фиксирующий нижние одеяния;
6. *Косихимо* — тонкий пояс для фиксации широкого пояса *датэдзимэ*;
7. *Обиита* — мягкая пластина для фиксации пояса *оби*;
8. *Обимакура* — специальная подушечка для узла *оби*;
9. *Оби-агэ* — специальный пояс, фиксирующий кимоно перед тем, как завязать *оби*;
10. *Таби* — специальные носки для японской обуви *дзори*;
11. *Оби* — пояс, которым стягивают кимоно, регулируя его длину и ширину.

Важным элементом традиционной национальной одежды японцев является *хакама*. Это длинные широкие штаны в складку, похожие на юбку, шаровары или подрясник, первоначально носимые мужчинами. Сначала под словом *хакама* подразумевался кусок материи, обертываемый вокруг бедер. *Хакама* у мужчин крепится на бедрах, а у женщин — на талии. В наши дни *хакама* часто носят девушки на выпускных школьных церемониях. Степень официальности *хакама* зависит от ткани и расцветки. В феодальный период ежедневное ношение *хакама* разрешалось лишь японской знати *кугэ*,

самураям и священникам. Крестьянам разрешалось надевать их лишь в исключительных случаях (например, в день собственной свадьбы). Готовясь к бою, самураи стягивали *хакама* ниже колен поножами или обмотками.

Примечательно, что красное *хакама* в сочетании с белым кимоно, согласно нормам синто, являлось женской религиозной одеждой. Кроме того, штаны *хакама* красного цвета носили женщины аристократического происхождения наряду с *дзюни-хитое* — одеянием, которое включало в себя несколько шелковых кимоно, надетых друг на друга. Большое распространение *хакама* получили в различных видах боевых искусств.

Еще одним элементом традиционной мужской национальной японской одежды является *фундоси*. Это набедренная повязка, которая представляет собой длинную ленту ткани, обернутую вокруг талии, пропущенную между ног и заправленную или завязанную сзади узлом.

Под кимоно в качестве элемента женского нижнего белья надевается *косимаки*. Это несшитая юбка, которая крепится лентой на талии. На тело надевается и *дзюбан*, который также выполняет роль нижнего белья. Он имеет форму прямого халата с короткими широкими рукавами. Длина *дзюбана* обычно достигает середины бедра.

Верхней частью мужской одежды служит *хаори* — жакет прямого покроя без пуговиц, надеваемый поверх кимоно или с *хакама*. Полы *хаори* придерживает шелковый шнур *хаорихимо* диаметром чуть более сантиметра и длиной 15 см, завязанный декоративным узлом.

С одеждой европейского образца в Японии познакомились только после «открытия» ее американцами в середине XIX столетия. Сейчас в повседневной жизни японцы обычно используют европейскую одежду, которая нередко отражает специальность человека, его социальный статус. На работе многие стараются придерживаться официального дресс-кода, как того требуют установленные нормы и правила. Сотрудники компаний

предпочитают надевать на работе темные деловые костюмы, школьники обязаны носить школьную форму, а многие специалисты, работающие в различных областях народного хозяйства, также имеют свою форменную одежду.

Вместе с тем национальное кимоно, как неумирающая традиция предшествующих поколений, остается незаменимым компонентом повседневного гардероба современных японцев. Кимоно надевают по случаю семейных торжеств, на свадьбу, на день совершеннолетия, а также на похороны. Японское кимоно как вид национального костюма не подвержено влиянию моды, что предопределяет неизменность его цветовой гаммы и узоров. Это значит, что кимоно носят долгие годы, оставаясь при этом всегда элегантными и изысканными. Японки, связанные с традиционными областями национальной культуры, такими, например, как искусство икебаны, чайная церемония, каллиграфия и т.п., по большей части облачаются именно в кимоно, а не в европейскую одежду.

3.7. Города, в которых нет названия улиц, или как японцы находят нужный им адрес

В Японии много крупных, средних и малых городов с неповторимой архитектурой. Некоторые элементы городского хозяйства имеют сходные с европейскими черты, но есть немало и таких, которые не встречаются нигде в мире. Например, европейцы отказываются понимать ситуацию, когда 98 % японских городских улиц не имеют названий!

Причину такого удивительного, на первый взгляд, явления следует искать в истории страны, которая на протяжении длительного времени находилась под культурным влиянием Китая, заимствуя там не только письменность, основы политического устройства государства и управления, но также и планировку городов. Средневековые китайские архитекторы придерживались норм градостроительства, которые,

в свою очередь, были выработаны в глубокой древности и передавались из поколения в поколение. Согласно общей градостроительной китайской теории Китай находился в центре мироздания и располагался на территории, занимавшей форму квадрата. Китайские города также имели приближенную к квадрату форму, хотя особенности рельефа местности часто превращали квадрат в прямоугольник. Важной топографической единицей средневекового китайского города (преимущественно крупного) был квартал. Это была не только структурная единица внутренней планировки, но и принцип территориально-социальной организации населения.

В современных японских городах также встречается система замкнутых улиц и кварталов. Каждый квартал формировал свою собственную общину и к тому же служил частью административного деления города или района. Ввиду отсутствия центральной рыночной городской площади, как в большинстве городов Западной Европы, квартал японского города как место общегородской концентрации социальной активности населения становился центром общественной деятельности. Соответственно, город был разделен на кварталы, каждый из которых имел свой номер, но не название, так как считалось, что подобное деление города является более демократичным способом, нежели присвоение названий каждой улице.

В отличие от европейской традиции, где в названиях улиц присутствуют как имена личностей, так и названия исторических событий, в Японии в подавляющем большинстве случаев наличествуют только номера кварталов. Даже Токио, являющийся одним из крупнейших мегаполисов мира, не имеет названий улиц, за исключением ряда центральных. Иностранцу бывает порой трудно разобраться в планировке японского города, не говоря уже о том, чтобы быстро отыскать нужный адрес. Поэтому в качестве подсказки приходится запоминать и отыскивать на местности множество ориентиров.

Сами японцы, проявляющие чудеса изобретательности, научились выходить из этого сложного положения достаточно просто: если они приглашают кого-то в гости, то высылают ему по факсу или электронной почте схему проезда. А с появлением системы навигации на автомобилях поиск любого адреса вообще значительно упростился.

Определенный интерес, на наш взгляд, представляет также и административное членение Японии, разделенной на префектуры. Каждая префектура состоит из нескольких округов, разбитых на кварталы, внутри которых расположены секции, имеющие номера. Схематично это выглядит так: префектура — округ — квартал — секции с номерами. Дома в каждой секции также пронумерованы, но совсем не по порядку. Как правило, нумерация идет в той последовательности, в какой производилась застройка секции, а этот процесс не всегда был упорядоченным. Каждому кварталу присваивался уникальный номер — эта цифра и служила адресом. В Японии обычно говорят: «Я живу в 4-м квартале» или «Я работаю в 3-м квартале».

Эта сложная система ориентирования в населенных пунктах Японии, особенно в крупных городах, и по сей день вызывает трудности в поиске нужного адреса не только у иностранных туристов, но и у самих японцев. Часто даже японские таксисты путаются в беспорядочном нагромождении безымянных улиц и домов. Разного рода службы доставки вынуждены проводить специальные семинары для своих сотрудников, чтобы почтовые отправления доставлялись быстро и кратчайшим путем до тех, кто их с нетерпением ждет.

Впрочем, японцы привыкли к этому «беспорядку» с точки зрения европейцев. Проблема с поиском нужного адреса решается быстро при обращении в полицейский участок, каждый из которых снабжен специальной подробной картой района именно в целях быстрого отыскания нужного адреса. Например, вам необходимо найти дом вашего знакомого в Токио, который проживает в 15-м квартале. Взяв карту Токио, вы быстро находите 15-й

квартал, а затем словесное обозначение района с нумерацией домов. Например, Токио, 15-й квартал, Цусима-нака, 4-й тёмэ, 4-9-2.

И все же, в чем причина того, что японцы и сегодня не намерены внедрять у себя систему наименования городских улиц? Точного ответа на этот вопрос нет, но основная версия отсутствия названий улиц — сугубо историческая и философская. У японцев отличный от европейцев менталитет и подход к градостроительству. Если при основании городов в странах Европы их границы четко определялись и закреплялись в документах, то в Японии границы городов, сел, как правило, были «навязаны» жителям самой природой, т.е. проходили по речкам, границе леса или рельефу гор или по другому природному объекту. Японцы никогда не мыслили четкими линиями и нумерациями, предпочитая извилистые волнообразные улочки вместо прямых, пересекающихся под прямым углом улиц, как это было принято в европейских городах.

Разумеется, сегодня жизнь туристам, да и самим японцам облегчают многочисленные системы навигации, без которых вообще было бы сложно представить себе передвижение в крупных японских мегаполисах. Навигатор в Японии ссылается на объекты городской инфраструктуры, которые расположены на вашем пути. И выглядит это так: «Проезжайте прямо до светофора», «Поверните направо у магазина обуви», «Проезжайте налево в узкий переулок между продуктовым магазином и часами».

Надо заметить, что японцы к этому привыкли и порой даже не замечают неудобства, связанные с отсутствием названий улиц в своих городах!

3.8. Водные процедуры — самое любимое занятие у японцев

Баня для японцев — больше, чем просто «место для помывки тела». Хождение в баню — это не столько гигиениче-

ская процедура, сколько неповторимое удовольствие, так как баня дает возможность расслабиться и испытать телесное и духовное очищение. Японская баня — это и гигиена, и ритуал, и терапия одновременно. Невозможно представить себе японца, который по вечерам не принимал бы ванну или регулярно не бывал бы на горячих источниках.

Даже сегодня, когда у каждого японца есть дома своя ванная комната, они любят ходить в общественные бани. Именно в бане они могут спокойно поговорить, поспорить, обсудить важные проблемы после трудового дня. Японцы считают, что, только расслабившись, можно быстрее прийти к соглашению по многим сложным вопросам. Не случайно в декабре 2016 года премьер-министр Японии Синдзо Абэ пригласил Владимира Путина отдохнуть в японском горячем источнике. «Очень рад тому, — сказал Абэ, — что в этот раз могу принять Вас именно в моем родном городе Нагато. Хочу, чтобы Вы насладились прекрасной природой Японии, а также прекрасной японской кухней и, может быть, вечером Вы сможете насладиться горячим источником. Это действительно так: когда Вы купаетесь в горячих источниках, вся усталость вообще уходит». На это российский президент ответил: «Это интересно...»

Любой современный японский город трудно представить себе без общественных бань *сэнто*. В Токио, например, их насчитывается более 650. В банном зале *сэнто* обычно есть бассейн, в котором могут одновременно разместиться от десяти до двадцати человек. Вода в бассейне очень горячая, но японцы к этому привыкли и в обжигающей влаге обычно блаженствуют, наслаждаясь беседой с другими посетителями. Адаптируясь к температуре, новичок сначала прислушивается к разговору, а потом охотно и сам подключается к беседе.

Японская баня является местом, где в известной степени временно стираются социальные границы и многие японцы

становятся самими собой. В жизни они довольно застенчивы и стараются упрятать себя в «сорок одежек». Например, в условиях высокой температуры и невыносимой духоты, когда иностранцы готовы снять с себя буквально все что можно, японцы стойко остаются застегнутыми «на все пуговицы» и при галстуках. Обнажать свое тело перед посторонними — это не в духе нации. Но вот в бане, оставшись нагишом, японец становится совсем другим человеком. Создается впечатление, что вместе с одеждой он оставляет в раздевалке и свою застенчивость. Поэтому можно сказать, что баня во многих отношениях раскрывает внутренний мир японца.

Японцы, привыкшие к организованности, в том числе и в повседневной жизни, разработали банный этикет, правила поведения, которых следует придерживаться при посещении данного заведения.

Прежде всего, попав в раздевалку, нужно снять обувь, а одежду и нижнее белье — сложить в специальную корзину. Европейцы при посещении японских бань пытаются остаться в нижнем белье, но это недопустимо, так как вход в общий зал требует того, чтобы все были обнаженными. Баня разделяется на мужскую и женскую половины.

До того как войти в воду, посетитель должен тщательно вымыть тело и голову мылом, смыть с себя всю грязь. Единственным разрешенным средством для прикрытия интимных частей тела в японской бане является небольшое полотенце размером 25×60 см. При погружении в ванну или бассейн не следует окунать полотенце, его можно положить в сложенном виде себе на голову. В японской бане при желании разрешается напевать себе под нос любимую мелодию или песню. Но при этом в бане запрещено красить волосы, стричь ногти, стирать белье. Все эти процедуры не должны производиться в общественном месте, каким является баня, так как для этого у каждого существует свой дом.

Выйдя из ванны или бассейна, посетитель тщательно вытирается, сушит феном волосы, чтобы не входить в раздевалку с мокрой головой и не мочить пол, добавляя тем самым работу обслуживающему персоналу. Японцы стараются продумывать все детали, чтобы не доставить неудобств окружающим.

История *сэнто* в Японии берет начало в буддийской культуре. Сегодня в храме Тодайдзи в Наре представлена интересная экспозиция, которая помогает лучше представить купание японцев в древности. Традиция эта пришла в Японию из Индии в период Нара (710–794). Изначально бани в Японии строились при храмах. Они назывались *юя* (лавки с горячей водой). Чаще всего это были парные бани и строились они для священников. Простой люд в них, как правило, не допускался.

В период Хэйан (794–1185) прообразы современных бань появились в Киото. В период Камакура (1185–1333) рядовые японцы впервые были допущены в бани. К тому времени зажиточные люди и аристократы строили в поместьях собственные бани. В 1266 году, согласно упоминаниям японского монаха Нитирэн, основателя школы Нитирэн-сю, японские бани стали называться *сэнто* и начали активно использоваться в коммерческих целях. Монах писал, что это были бани смешанного типа, т.е. в них допускались одновременно и мужчины и женщины. Войдя в баню, посетитель в раздевалке получал свою порцию горячей воды в тазик. Душа в *сэнто* тогда, конечно же, не было. Вход в баню был низким — его высота не превышала 80 см. Это было сделано специально для того, чтобы пар не выходил наружу. Из-за маленького входа и отсутствия в бане окон там всегда было довольно темно.

В начале периода Эдо (1603–1868) в Японии существовало два различных вида бань. В одном случае это были обычные бани с бассейном (*юя*). Такими банями застраивалась столица Японии Эдо (нынешний Токио). Другой тип бань —

это паровые бани *мусибуро* с очень мелким бассейном. Они преимущественно возводились в Осаке. В конце периода Эдо общественная мораль требовала разделения мужских и женских бань. Многие владельцы бань решали эту проблему простейшим способом — просто ставили перегородку между двумя отделениями бань. Однако закон, в принципе запрещающий смешанные бани, так и не был принят. Большая популярность смешанных бань в то время объяснялась тем, что в них работали молодые девушки-банщицы *юна*, которые помогали натирать спину одним посетителям, пока другие наслаждались принятием горячих ванн. Зачастую *юна* подрабатывали проституцией. Впрочем, подобная традиция сохранилась вплоть до наших дней. Некоторые «увеселительные» заведения в Японии называются «мыльная страна» — *сопуррандо*. Девушки там перед оказанием услуг всегда сами моют своих клиентов.

Сэнто в период Эдо получили большую популярность среди жителей страны, и практически в каждом городе появлялись бани. В этот период бани были местом общения жителей, так как другого такого места для встреч у них не было. После ванны люди собирались на втором этаже бани, чтобы попить чай и немного попеть. Поэтому там всегда было многолюдно. В банях проводились даже встречи-сватовство, что было весьма популярным тогда в Японии способом заводить семью.

В этот период, помимо вышеупомянутых типов бань, была распространена еще одна разновидность купания — омовение тела в *юбунэ*, что можно дословно перевести с японского как «лодка с горячей водой». Дело в том, что столица Японии Эдо был изрезан каналами и небольшими речушками, по которым плавало множество небольших судов, прибывающих из разных регионов Японии и груженых различными товарами. Эти каналы были основными транспортными артериями страны, а также средством для

перевозки людей. Для того чтобы предоставить морякам и пассажирам возможность принять ванну, по каналам плавали *юбунэ*, что помогало поддерживать чистоту тела в «мобильных условиях».

Первоначально *юбунэ* напоминали самодельные бочки, в которые погружались все желающие и мыли свое тело. Однако впоследствии бочка конструкционно была изменена и стала больше походить на ванну в бане. Идея модернизировать *юбунэ* заключалась в том, что на обычную лодку ставили ванну, закрепляли ее и пускали в плавание. В такой импровизированной лодке-бане было очень приятно купаться, поскольку она позволяла получать как бы двойное удовольствие: люди мылись и одновременно наслаждались водными просторами. Однако по мере развития города Эдо этот вид «спа-процедур» постепенно исчез, хотя слово *юбунэ* осталось в японском языке.

В период Токугава число девушек-юна в *сэнто* законодательно было ограничено тремя. Позднее из банного персонала юна были исключены вообще, а вместо них появились банщики-мужчины *сансукэ*. Тогда же власти приняли закон, запрещающий совместное посещение бань мужчинам и женщинам.

В эпоху Мэйдзи (1867–1912) *сэнто* окончательно приняли современный вид. Узкий вход в банную зону был наконец заменен полноразмерным, ванны были углублены в пол для удобства пользования, удвоена высота потолков. Так как бани были в основном не паровыми, а водяными, появились окна, и в помещении *сэнто* стало намного светлее. Единственное отличие бань периода Мэйдзи от современных заключалось в использовании дерева вместо керамической плитки в банном отделении, а также в отсутствии душа с кранами.

В период Сёва (1926–1989) традиции японских бань были сохранены, они по-прежнему оставались весьма популярны в обществе. Практически до 1964 года, т.е. до начала «япон-

ского экономического бума», в большинстве квартир еще не было современных ванных комнат и поэтому японцы охотно пользовались услугами *сэнто*. Привычка ходить в бани сохранилась у японцев и по сей день, правда, владельцы бань должны проявлять чудеса креативности, чтобы увеличить число посетителей.

В бане за сравнительно небольшую плату посетитель мог нанять *сансукэ* — банщика, который тер спину, делал массаж. От моющих их отличало то, что на них было надето нечто вроде плавок. *Сансукэ* обслуживали как мужское, так и женское отделения. Они продолжали работать вплоть до 2013 г., когда на пенсию вышел последний специалист. В настоящее время в японских банях уже нет банщиков.

Японцы утверждают, что после приема горячей ванны человек начинает испытывать чувство голода, поэтому исторически сложилось так, что около бань всегда располагались ресторанчики и разного рода забегаловки, в которых неизменным блюдом была японская лапша *соба*.

Стоимость услуг в японских банях остается низкой и вполне сопоставима с ценой тарелки *собы*. Сегодня цена входного билета в баню не превышает 4 доллара (460 иен), а цена тарелки *собы* также составляет 4–5 долларов (450–550 иен). Японцы, как известно, большие любители лапши, которую они могут есть круглосуточно. *Соба* особенно популярна в Токио, тогда как *удон* (более толстая лапша) — в районе Кансай. После бани японцы непременно направляются в маленький ресторанчик поесть лапши и выпить стаканчик саке, пива или японского алкогольного напитка *сётю*.

В японских банях всегда установлены весы. Японцы имеют привычку взвешиваться, чтобы отслеживать свой привычный вес, что способствует их здоровой и долгой жизни. Кроме этого, в *сэнто* имеется тонометр для измерения кровяного давления, поскольку его высокие показатели будут препятствием для посещения бани, ибо могут спровоцировать кро-

воизлияние в мозг. Поэтому посетители бесплатно измеряют свое давление до водных процедур и после них.

Владельцы японских бань, стремясь привлечь посетителей и заботясь об их здоровье, проявляют известную изобретательность, добавляя, например, в зависимости от сезона в ванну или бассейн различные травы. Так, когда в мае в Японии проходит цветочный фестиваль ирисов, владельцы *сэнто* бросают в воду корни сладкого ириса, которые имеют целебные свойства и повышают иммунитет. Помимо лечебных свойств ирис обладает чудесным ароматом.

10 октября каждого года в Японии отмечается праздник День бань, и во всех *сэнто* готовят специальные лавандовые ванны, привлекая посетителей возможностью испытать чувство релаксации. Кроме того, в день зимнего солнцестояния 22 декабря, когда ночь в северном полушарии бывает самой длинной, японцы, согласно традиции, не упускают возможности «изгнать злых духов из организма» путем дополнительного разогрева своего тела. С этой целью они добавляют в воду плоды лимонов, которые распространяют аромат по всей бане.

К числу любителей японских бань и термальных источников относятся и многие европейцы, в том числе и знаменитые персоны. Так, в 1966 году в Японию на гастроли прибыл известный английский музыкант из группы «Битлз» Джон Леннон, который был большим поклонником купания в термальных источниках — *онсэнах*. Ему тогда удалось посетить *онсэн* в Киото, после чего он вышел одетым в японское кимоно *юката* и раздавал автографы своим поклонникам. *Онсэн*, где был Леннон, до сих пор хранит автограф знаменитого музыканта.

Большой популярностью пользуются бани и термальные источники у жителей крупных японских мегаполисов, где потребность в снятии стрессов и релаксации особенно велика. В современном Токио насчитывается 650 *сэнто* и 40 *он-*

сэнов. Особенно много термальных источников расположено в районе Ота на берегу Токийского залива — 17.

В *онсэнах* используются горные термальные воды, обогащенные вулканическими минералами. Японцы стараются обустроить там ванну или бассейн непосредственно под открытым небом для большего привлечения посетителей. Если европейцы мечтают об отдыхе на морском побережье, то для японцев верхом блаженства является короткая поездка на выходные дни в ближайший *онсэн*, где они могут расслабиться и восстановить силы.

Каждая японская баня имеет свой набор услуг для клиентов. Например, многие бани в Токио раздают специальные карточки, на которых регистрируются посещения. И чем больше штампов соберет посетитель, тем дороже будет приз, который он получит. Это может быть несколько бесплатных посещений бани, домашние электроприборы, полотенца, и пр.

В последнее время в Японии появилась новая категория бань — *Гранд сэнто*, или *Гранд спа*, которые несколько отличаются от традиционных. Входная плата там выше и составляет 1000–2000 иен, что превышает обычную цену в 3–5 раз. По размеру своей территории новые бани намного просторнее, в них дополнительно размещены рестораны и игровые залы, а для детей предусмотрены аттракционы. В силу объективных факторов, связанных с высоким уровнем стресса у жителей больших городов, потребность снять напряжение достаточно высока. И нет ничего удивительного в том, что такие заведения пользуются большим спросом. Прейскурант услуг на «спа» включает в себя массаж, пилинг, что отдаленно повторяет перечень услуг, которые предлагали японские бани еще в период Эдо.

Как отмечалось выше, сегодня посещение японских бань предполагает раздельное в них пребывание мужчин и женщин. Однако в тех случаях, когда бассейны в банях строятся

под открытым небом, допускается совместное их использование, но при условии ношения купальных костюмов. Как правило, бассейн под открытым небом расположен в саду, что позволяет получить дополнительное удовольствие от любования природой.

Традиционной особенностью японских бань являлось наличие большой по размерам картины, написанной маслом, которая располагалась в помещении на видном месте. Любопытно, но при написании картин для *сэнто* существовали определенные ограничения. Так, на них не могли быть изображены обезьяны, так как по-японски обезьяна звучит как *сару*, а уход человека из жизни также обозначается как *сару*, т. е. эти два слова являются омонимами. На картинах, вешиваемых в банях, категорически не допускалось изображение осенних листьев, так как они олицетворяют умирание природы. Заход солнца также никогда не присутствует на картинах, так как он может символизировать закат человеческой жизни. Японцы до сих пор верят в знамения и сглаз и воспринимают эти суеверия достаточно серьезно. Например, в традиционных японских календарях дни каждого месяца были расписаны таким образом, что выделялись благоприятные и неблагоприятные даты. Сделано это для того, чтобы японцы знали, когда им следует назначать серьезные встречи, свидания и беседы.

Помимо картин, написанных маслом, в японских банях стены декорировали керамической плиткой, однако это было дорогое удовольствие и далеко не каждый владелец *сэнто* мог это себе позволить. В районе Кансай предпочтения отдавались расписанной керамической плитке, на которой изображались корабли с сундуками, набитыми деньгами, семь китайских святых и карп, выпрыгивающий из водопада.

Практически все современные японские бани оборудованы прачечными самообслуживания, которые помогают посетителям совместить приятное с полезным: пока они

моются в бане, их грязные вещи стираются и сушатся. Каждая закладка белья в стиральную машину, а затем в сушилку обходится в 100 иен, что составляет всего 1 доллар. Многие посетители бань активно пользуются прачечными, так как им выгодно за один раз постирать грязное белье, которое собралось у них за неделю. Стационарные прачечные оборудованы диванами, в банях созданы хорошие условия для отдыха: можно почитать комиксы, купить все необходимое в многочисленных торговых автоматах, которые размещены в зале.

В банях японцы охотно обсуждают наболевшие и злободневные вопросы, что со стороны выглядит как «конференция обнаженных». Вместе с тем именно японская баня, по мнению самих японцев, достойна того, чтобы быть включенной в список культурного наследия нации. В отличие от русской бани, посещение которой сопровождается выпивкой, японская *сэнто* традиционно считается местом общения жителей ближайшего района. Там регулярно собираются местные жители, обмениваются информацией. Баня в Японии — это своего рода «дом культуры». В японских банях запрещено курение, распитие спиртных напитков. В Японии не разрешается в нетрезвом состоянии даже заходить в баню, поскольку считается, что это опасно для жизни: нетрезвый посетитель может поскользнуться и получить травму.

Правила японских бань запрещают их посещение людям, чьи тела разукрашены тату. Еще в середине XX века «татуированные» японцы могли помыться в бане без ограничений, однако сегодня владельцы бань разрешают их посещение только тем, чьи татуировки имеют небольшой размер. Если же татуировки распространены на все тело, то такому посетителю банный этикет предлагает остаться дома. Более того, сегодня в Японии тату под запретом не только в банях, но и во всех медицинских учреждениях, где персоналу запрещено иметь на теле какие-либо изображения!

В Токио выходит специальная газета *Нюёку таймс*, из 3 тысяч ежедневного тиража которой 2400 экземпляров распространяются только в банях. Издатели газеты ведут настойчивое просвещение японцев о «банном этикете», прививая им хорошие правила поведения в банях. Статьи редактируются муниципальными советниками по делам общественных бань. В газетах поднимаются наиболее актуальные вопросы «банной жизни» Японии, например вопрос о взимании дополнительной платы с длинноволосых мужчин. Японцы в шутку окрестили этот побор «банной дискриминацией»!

Во многих национальных японских домах ванны, как и прежде, делают деревянными, сидячими. Под ванны могут использоваться и вместительные баки, и другие емкости. В городской квартире ванны стандартные, пригодны для лежания.

Ванна — это атрибут каждого японского дома, но японцы используют ее скорее как средство релаксации, а не просто место для мытья. Поэтому японец вначале принимает горячий душ, чтобы смыть с себя пот и грязь, и только после этого он позволяет себе окунуться в теплую ванну и расслабиться. И поскольку японцы, по сути, моются в душе, используя для этого другую воду, вода в ванне остается чистой и прозрачной и ее могут использовать все члены семьи. При этом первым в ванне моется отец, затем — мать, и только потом дети. Интересно, что если в доме у японца гостят друзья, то именно им предоставляется право полежать в горячей ванне первыми!

Сегодня многие японцы, возвращаясь домой с работы, одним нажатием кнопки автоматически могут наполнить себе ванну водой нужной температуры, а специальный сигнал оповестит их о том, что все готово и можно приступать к процедурам.

Первые автоматические ванны системы в Японии были произведены в начале 1980-х годов, со временем став более

сложными и технически совершенными. Вода в таких ваннах остается горячей ровно столько, сколько нужно человеку, так как ее температура регулируется с помощью специальной панели управления, которая располагается на стене ванной комнаты, чтобы пользователю всегда было удобно до нее дотянуться прямо из ванны. Мини-компьютер позволяет включать режим подогрева в случае, если после первого члена семьи в ванную будут заходить следующие. На панели мини-компьютера есть тревожная кнопка, которая при необходимости оповестит домочадцев, если человек в ванне вдруг почувствовал себя плохо.

Даже кран для воды в стандартной японской ванной может не на шутку озадачить любого европейца. Дело в том, что изготовители оборудования додумались до того, что стали делать смесители на длинной гибкой ножке. На первый взгляд может показаться, что это ненужные излишества. Однако, начиная пользоваться таким смесителем, понимаешь его преимущества. В раковине, которая установлена рядом с самой ванной, имеются гибкие подводки шлангов к кранам, что позволяет как вытягивать их на нужную длину, так и совсем убирать, освобождая место для стирки или, к примеру, для купания ребенка. Другими словами, с гибким шлангом раковина легко и быстро превращается в ванночку подходящего размера!

Японцы — народ достаточно бережливый и экономный, и поэтому нужно правильно трактовать особенности их поведения, которые связаны не столько с проявлением скупости, сколько с бережным отношением к природе, с разумной экономией. Дело в том, что после того как семья приняла ванну, японцы не спешат выливать воду, а используют ее для стирки белья. Для этого у стиральных машин есть специальный шланг, с помощью которого за пару минут вода из ванной перекачивается в резервуар стиральной машины. Даже в этом сугубо практическом вопросе японцы проявляют смекалку и разумную экономность!

Японцы не отказывают себе в удовольствии принимать водные процедуры. Сегодня в городах Японии можно встретить немало заведений, в которых в одном помещении расположены сауны, джакузи, спортивное оборудование и т. п. Называются они по-разному — *Супасэнто* (*Супер-сэнто*), *Ракуа* (*LaQua*), *Оэдо-онсэн* (*Oedo onsen monogatari*). *Сэнто* с комнатами отдыха, массажными кабинетами японцы называют *кэнко-рандо* — «Страна здоровья», «супер-спа» и другими подобными терминами. Многочисленные посетители с удовольствием пользуются услугами, которые предлагают такие учреждения.

По данным социологических опросов на предмет того, что сегодня японцы ожидают от посещения общественных бань, первое место среди ответов занимают два варианта — зимой в *сэнто* японцы хотят согреться, а летом — смыть грязь с тела. Второе и третье места в ответах занимает желание японцев «снять усталость» и «расслабиться». Таким образом, японцы любят водные процедуры не только из-за своей приверженности к чистоте тела, но также относятся к ним как к терапии, быстро восстанавливающей силы организма.

3.9. Японский татуаж

Татуировка (тату, татуаж) представляет собой перманентный рисунок, нанесенный на кожу человека с помощью красящего пигмента.

В мировой практике татуировки носили ритуальный характер, а сам процесс нанесения рисунка рассматривался как сакральный обряд. Основные религии, как правило, относились к наличию татуировок на человеческом теле отрицательно. Так, иудаизм трактовал эти рисунки как обычаи идолопоклонников, означающие покорность и «принадлежность» своему идолу. В христианстве не существовало канонов, запрещавших нанесение рисунков на тело, тем не менее

отношение священников к этому явлению было негативным. Мусульманам запрещалось делать татуировки, поскольку ислам рассматривал это как грех.

Первые сведения о нательных рисунках в России появились в «Записках о путешествии по Волге» арабского путешественника и писателя Ибн Фадлана, написанных им в 920–921 годах. В последующем отечественные и зарубежные историки не упоминали о распространении татуировок среди славян, и только в начале XX века у отдельных русских матросов на теле стали появляться рисунки по примеру иностранных моряков. До появления в нашей стране криминальных группировок в 1960-е годы татуировки на человеческом теле были редким явлением.

Постепенно татуировки получили распространение в большинстве стран. Япония не осталась в стороне от этой глобальной тенденции. В японском языке появился специальный термин *ирэдзуми*. Он состоял из двух иероглифов: *ирэру*, что обозначает «вносить, наносить», и *суми* — «черные чернила, используемые в каллиграфии или рисовании».

Начиная с 1700 года у японцев в обиход вошло еще одно понятие для обозначения тату — *ирэбокоро*, что в переводе означает «украшение тела путем нанесения узора». В XX веке употребление получил термин *вабори* (японский вариант рисунка), который отражал специфику японского тату.

Первые упоминания о татуировках в Японии датируются III веком. Однако рисунки на теле японцев не были украшением и не обозначали принадлежность к какой-то социальной группе. Татуировки древних японцев, как об этом свидетельствуют китайские хроники, использовались в качестве оберега от злых морских сил. Например, японские скульптуры из обожженной глины, относящиеся к III–VI векам и устанавливавшиеся на курганах — могилах вождей, не были окрашены, но имели рисунки в виде татуировок. Традиция нанесения тату на лицо и руки была присуща

также коренным жителям острова Хоккайдо, представителям народности айну.

Татуировки для обозначения преступников и рабов в V веке попали в Японию из Китая, который всегда оказывал на нее огромное культурное влияние. В японской исторической хронике *Нихон сёки*, датированной 720 годом, есть упоминание о том, что император Ритю, который правил страной с 400 по 405 годы, прибегал к татуированию мятежников, замышлявших государственный переворот, что наводило ужас на окружающих. В той же хронике был описан случай с чудачковатым стариком, который имел тату на своем лице как клеймо в знак того, что он совершил кражу и уже понес за нее наказание. А император Юряку в 467 году подверг наказанию своего вассала за то, что его собака напала на императорскую птицу, сделав татуировку на его лице. В Древней Японии татуировки на лицах японцев были в первую очередь способом оповестить окружающих, что они имеют дело с преступником, совершившим преступление и уже понесшим наказание. Такая мера носила показательный характер для других, чтобы они боялись и не нарушали закон.

Начиная с VII века тату в Японии стали постепенно утрачивать свою функцию клеймения преступников и больше использовались в качестве противодействия злым силам и духам. В XIII веке татуировки были даже узаконены как вид искусства, однако с XVII века ситуация вновь изменилась. С наступлением периода правления сёгуната Токугава Япония была изолирована от внешнего мира, а общество — четко разбито на четыре сословия. Сёгун пересмотрел смысловое назначение татуировок, и они вновь стали использоваться для клеймения преступников наравне с отрубанием носов и ушей. Правда, последний отвратительный вид наказания к 1720 году был отменен.

Татуированию, как правило, подвергались преступники, промышляющие мошенничеством, вымогательством и обма-

ном. Подобный вид клеймения человека четко ставил его вне рамок уважения со стороны окружающих и указывал на самое низшее место в обществе. В определенном смысле татуирование выполняло функцию управления обществом и консолидации феодальной системы страны вокруг сёгунской власти.

Способ подвергать японцев, нарушивших средневековые законы, татуированию был призван держать под контролем преступников, не допускать их свободного общения с добропорядочными гражданами. К тому же татуировки, сделанные в период Токугава, практически невозможно было вытравить, и до конца своих дней преступник должен был нести наказание за содеянное.

Чаще всего в качестве иероглифов для наказания выбирались такие, как, например, иероглиф «зло», который наносился на лоб человека, поэтому что его невозможно было скрыть от окружающих. В западной Японии обличающий иероглиф наносился на бицепс руки, на южном Кюсю лоб японца клеймили иероглифом «собака». В Киото преступников клеймили путем нанесения на бицепс двух полосок, тогда как в Токио две полоски наносились на предплечье. Так поступали в случае совершения первого преступления, а третья полоска добавлялась при повторном преступлении. В районе Токио, который сегодня известен как Ямагути, преступников клеймили с помощью тату в форме рисунка с алмазом, в других районах столицы на теле преступника рисовали просто круг. Таким образом, место клеймения и иероглиф могли различаться в зависимости от региона, но смысл татуирования при этом оставался пенитенциарным.

Ирэдзуми были востребованы в период Токугава и самурайским классом, считавшимся самым привилегированным. Чаще всего сюжетом для тату самураи выбирали клятвы, выполнение которых считалось для них важнее их жизни.

Со второй половины XIX века и вплоть до конца Второй мировой войны процедура нанесения тату в Японии была за-

прещена. После реставрации Мэйдзи японские власти издавали различные указы, направленные на поддержание в обществе системы высоких моральных ценностей. В 1873 году был опубликован Свод законов, состоящий из 90 статей, который регулировал все стороны повседневной жизни японцев. В нем, в частности, запрещалось мочиться перед магазинами, обнажаться в общественных местах, организовывать совместные мужские и женские бани, продавать порнографические открытки, а также наносить на тело татуировки. На нарушителей закона налагался большой денежный штраф, а если они не могли его оплатить, то их подвергали телесным наказаниям. Тот же, кто уже имел на теле татуировку, мог избежать неприятностей при условии оплаты штрафа.

Запрет на тату касался исключительно японцев и никак не распространялся на европейцев и американцев, очарованных рисунками японских специалистов татуажа. Отношение состоятельных иностранцев и влиятельных японцев к *ирэ-дзуми* разительно отличалось. Например, лорд Чарльз Берресфорд, адмирал императорского флота и член британского парламента, сделал себе татуировку в Японии, а позднее делился своими воспоминаниями о том, как были удивлены представители японской знати, когда узнали, что он — лорд, но сделал себе тату в Японии, и какое большое впечатление произвела японская татуировка на английских военных. В Японии эти телесные картинки считались забавой простолюдинов.

В XIX веке татуировка стала особой прихотью у представителей европейских монарших семей. Для тех, в чьих жила текла «голубая кровь», татуировка была привлекательным сувениром, который они «привозили» из своих зарубежных поездок. Моду на татуировки ввел английский король Эдуард VII после того, как нанес на свое предплечье тату в виде креста во время визита в Иерусалим. Еще в юные годы он любил носить военно-морскую форму и ввел ее в моду среди

европейцев. Его сыновья — принц Альберт Виктор и будущий король Англии Георг V сделали себе татуировки в виде драконов во время посещения ими Японии в 1881 году. Не отстал от своих кузенов и последний царь Российской империи Николай II, который также, будучи с визитом в Японии в 1891 году, нанес себе на руку татуировку дракона.

Лишь после начала американской оккупации Японии в 1945 году и встречи главнокомандующего союзными оккупационными войсками Дугласа Мак-Артура с ведущим японским специалистом тату Хориёси I запрет на татуировки был снят. Вероятнее всего, причина снятия этого запрета заключалась в том, что американские военные имели традицию делать татуировки и были заинтересованы в том, чтобы украсить свое тело работами японских мастеров татуажа. Именно со снятием запрета на татуировки американцы начали процесс модернизации Японии и приобщения ее к системе западных ценностей.

Специалист, который наносит рисунок на кожный покров, называется в Японии *хориси*. Для того чтобы получить разрешение на открытие своего дела, требуются долгие годы обучения. Прежде подмастерье, который поступал на обучение искусству тату к мастеру, проводил несколько лет, выполняя всю грязную работу по поддержанию чистоты в мастерской и в качестве тренировки наносил рисунки на собственное тело. Это могло продолжаться бесконечно долго, пока мастер не принимал решение, что ученик овладел всеми тонкостями профессии и его можно допускать к клиенту. Обычно японские специалисты татуажа стремились сохранить в своей работе стиль учителя или придерживаться знаковых трендов, однако наиболее смелые пытались найти свой путь в этом искусстве и привнести в него нечто новое и оригинальное.

В случае признания высоких результатов мастера по искусству тату он получает право добавить к своему имени префикс *Хори*, который приравнивается к званию доктора наук

или профессора. Такая система впервые была предложена закрытой, но достаточно известной в Японии группой семей, специализирующихся на искусстве татуировки, которых называют *итимон*. Японское общество, традиционно построенное строго иерархически, имеет свои ранги и знаки отличия для каждого вида искусства. Новички, которые после прохождения стажировки начинают свое собственное дело, допускаются мэтрами татуажа в «свободное плавание», но, тем не менее, *итимон* продолжают контролировать их работу. Задача при этом ставится простая — в случае необходимости прийти на помощь тем, кто в этом нуждается. Очевидно, что не все специалисты в области татуировки могут пройти стажировку у известных мастеров, и поэтому многие татуировщики нуждаются в поддержке мэтров.

Японцы по разным причинам принимают решение нанести на свое тело татуировку. Одни видят в этом способ уберечь себя от сглаза, другие решаются на тату, полагая, что смогут добиться телесной уникальности, своего рода удостоверения личности, которое читается на теле. Есть и такие, кто делает себе тату по сугубо эстетическим соображениям. Однако независимо от причин решившийся на тату японец должен быть достаточно сильной и смелой личностью, так как далеко не каждый рискнет на это пойти.

Дело в том, что и в современном японском обществе сохраняется негативное отношение к тату, поэтому в какой бы среде ни вращался японец, он стремится скрыть свои нарисованные «украшения», чтобы они не попадались на глаза окружающим. Причина отрицательного отношения японцев к подобным рисункам кроется в том, что в их сознании татуированные люди всегда ассоциировались с японским преступным миром — *якудза*. Поэтому считалось, что каждый, кто имел на теле татуаж, принадлежал к криминальному миру и был связан с гангстерами, а общаться с такими людьми небезопасно.

Стремление прикрыть тату на теле всегда было сопряжено с нежеланием быть подвергнутым дискриминации со стороны других членов общества, особенно если речь идет о найме на работу или аренде жилья. Поэтому часто японцы, решившие сделать татуировку, зачастую выбирают в качестве мотивов не японские сюжеты, а, например, африканские или полинезийские, чтобы их не принимали за *якудза*.

Есть еще одна причина, по которой японцы негативно относятся к тату. Она связана с представлениями о тату как о процессе, который загрязняет организм человека через нестерильную иглу и может стать причиной многих инфекционных заболеваний. Японцы помнят изречение Конфуция, который говорил, что «любое внешнее воздействие на тело человека с целью проникновения в него является проявлением в высшей степени неуважения к природе, к тому, что человеку было даровано родителями».

Тем не менее в японском обществе находятся приверженцы этого увлечения. Сегодня тату в Японии в основном рисуют на тех частях тела, которые обычно скрыты под одеждой, тогда как в европейских странах и в США тату рассматривается, в первую очередь, как своего рода украшение и поэтому его наносят именно на видимые части тела. Кроме того, если татуировки на теле японцев являются исключительно личным, приватным делом, то на Западе, напротив, тату наносят для демонстрации их широкой публике.

В Японии редко можно встретить татуированного японца в местах общего пользования — в магазинах, общественном транспорте, в плавательном бассейне или на термальных источниках, в фитнес-клубах. Во всех таких местах прикреплены специальные таблички, запрещающие их посещение клиентам с татуировками.

Впрочем, стоит заметить, что в последнее время ситуация с запретами стала меняться. Теперь татуированным людям не запрещают бывать в местах общественного пользования,

однако, например, при посещении спа с термальными источниками им предлагают прикрыть полотенцем рисунки на теле, чтобы не смущать остальных, или дают специальный самоклеящийся стикер, который закрывает рисунок.

И все-таки надо признать, что в современном японском обществе основными «потребителями» этого специфического жанра изобразительного искусства и «кормильцами» мастеров татуировок являются члены криминальных группировок — *якудза*. Можно даже сказать, что только благодаря поддержке мафиозных структур традиции японских мастеров татуажа удалось сохранить вплоть до настоящего времени!

Сегодня искусство татуировки более не преследуется законом в Японии, однако нельзя сказать, что оно процветает. В 2001 году министерство здравоохранения, труда и благосостояния классифицировало процедуру нанесения тату как медицинскую. Это означает, что таким видом деятельности могли заниматься только профессионалы, имеющие лицензию. Им разрешалось обрабатывать поверхность кожи человека иглой для нанесения пигмента. Правда, японские власти еще не начали официально выдавать лицензии всем желающим практиковать татуаж в Японии. Во многих префектурах официально открыты большие студии татуажа, оснащенные современным оборудованием. В то же время есть и немало мелких тату-салонов, которые работают без официальной лицензии и рекламы, а их мастера принимают желающих на дому.

В XIX веке японские мастера тату активно работали над усовершенствованием своей методики, чтобы можно было бы удовлетворить запросы не только японцев, но и иностранцев, которые в основном стремились запечатлеть на себе рисунки с изображением самураев или гейш. Рисунки, покрывающие все тело, да еще с тщательно разработанными деталями заднего плана, выглядели просто произведением искусства. Однако мало кому из иностран-

цев удавалось успеть создать на своем теле столь «грандиозное» полотно. Им хотелось получить что-то менее затратное по времени, чтобы уложиться в короткие сроки своего пребывания в стране. Правда, были и исключения, так, например, Чарльз Лонгфелло, сын американского поэта Генри Лонгфелло. Он успел нарисовать на своей груди изображение богини милосердия Каннон, а также карпа, выпрыгивающего из водопада. Такая работа у японских специалистов татуажа обычно занимает несколько лет. Лонгфелло выдерживал напряженный рабочий ритм с помощью наркотиков — он быстро восстанавливал силы между короткими сеансами татуировки, делая себе уколы морфина.

В XX веке европейские татуировщики тяготели к небольшим по размерам рисункам, тогда как японские художники-татуажисты проявляли интерес к крупным узорам. В начале 1980-х годов сложилась любопытная ситуация: молодое поколение японцев, рожденное в послевоенный период и связанное с американской и европейской культурой, стало интересоваться небольшими рисунками тату, популярными на Западе. Именно в это время наметился четкий водораздел по вкусовым предпочтениям художников двух школ — малых и крупных форм. В Японии понятие «тату» все чаще стало ассоциироваться с небольшими по размеру изображениями, нередко демонстрирующими страшные сюжеты.

После Второй мировой войны палитра красок татуировок обогатилась большой гаммой цветов от фиолетового до оранжевого, изменился дизайн, наметились новые пути развития *ирэдзуми*. Хотя и сегодня художники пытаются не забывать традиционные сюжеты, связанные с национальными мифами и легендами.

Одним из наиболее известных и опытных мастеров тату в Японии считается Хориёси III. Это псевдоним художника Ёсихито Накано, который родился в 1945 году в Йокогаме. После окончания школы он начал свою трудовую деятель-

ность как сварщик на судоверфях. Многие рабочие на верфях имели татуировки, и когда он увидел их в первый раз в свои 16 лет, он испытал культурный шок. После этого молодой человек стал самостоятельно наносить на себя тату, хотя не имел достаточной информации о технике работы. В тот период мало кто в совершенстве владел этим видом искусства и ремесло передавалось от мастера к ученику. Хориёси начал работу практически вслепую, опираясь на свои догадки и предположения. Первые тату делались им с использованием подручных материалов, с помощью иглы, закрепленной на палочках для еды.

В возрасте 25 лет Накано смог договориться о поступлении учеником к знаменитому тогда в Йокогаме мастеру татуажа Хориёси I (его настоящее имя Ёсицугу Мурамацу), который был вынужден работать практически в подпольных условиях, так как основная масса его клиентов были членами преступных группировок. Мурамацу дал Накано свое благословение и в 1979 году присвоил ему имя Хориёси III, ибо имя Хориёси II носил его собственный сын.

Накано как мастер татуажа начал свой собственный путь погружения в секреты мастерства с изучения национальной истории, которая, как известно, традиционно являлась богатным материалом для создания образов тату. Он проводил долгое время в библиотеках за чтением книг. Своим девизом Накано сделал изречение одного из китайских мудрецов: «Когда человек обладает большим объемом знаний, он становится мудрее, когда он становится мудрее, в нем начинается рождаться множество оригинальных идей». В мире тату, которое скорее относится к ремеслу, нежели к высокому искусству, у мастера нет права на фальсификацию, так как *ирэ-дзуми* — это своего рода художественный язык со своими собственными грамматическими правилами. Если мастер не владеет основами грамматики своего дела, он не может создать совершенное произведение.

Шаблонами для японских татуировок были не только старинные гравюры периода Эдо, но и иероглифы, которые очаровывают своей красотой написания и содержанием. Все больше мастеров за пределами Японии используют иероглифы в качестве образцов для своих работ, однако, к сожалению, не всегда они это делают на должном уровне, допуская ошибки. Клиент, например, просит татуировщика нарисовать на руке иероглиф «смелость», но вместе этого ему выполняют словосочетание «большая ошибка». Женщина может попросить изобразить на своем теле иероглиф «дружба», а вместо этого татуировщик пишет иероглиф «ужасный, отвратительный». И такие казусы встречаются часто!

Современные татуировки выражают индивидуальные особенности человека, его мысли и чувства. Для желающих нанести на тело тату особенно важно быть внимательным при выборе иероглифа. Даже малейшая ошибка при написании черт иероглифа может до неузнаваемости изменить значение слова и вместо позитивного смысла придать ему негативное значение, с которым будет стыдно показаться в обществе. Более того, как отмечалось, изначально иероглифы в Японию были завезены из Китая, но каждая письменность прошла свой путь развития. Поэтому требуется особо внимательная проверка того, какой из вариантов иероглифа — китайский или японский — клиент планирует наносить на свое тело, чтобы не выглядеть смешным.

3.10. Игорный бизнес и особая любовь японцев к *патинко*

Игорный бизнес получил в Японии широкое распространение. В декабре 2016 года японский парламент одобрил законопроект о легализации казино. Власти рассчитывают привлечь таким образом в страну миллиарды долларов инвестиций и пополнить государственный бюджет. Легализации казино долгое время добивался премьер-министр Синдзо Абэ,

который уверен, что Япония сможет составить конкуренцию Макао и даже стать центром игровой индустрии в Азии. Этому может способствовать близость Китая, а потенциал денежного оборота игровой отрасли оценивается японскими экономистами в 30 млрд долларов в год.

Правда, оппоненты Абэ не раз заявляли, что легализация игорного бизнеса может привести страну к росту преступности и распространению игромании, в том числе и среди японской молодежи. Из-за противодействия оппозиции закон о казино в Японии не могли принять на протяжении ряда лет. В итоге после жарких споров противники закона о разрешении игорного бизнеса добились того, что в текст законопроекта были внесены положения об обязательном контроле со стороны государства за распространением игровой зависимости среди населения страны.

Однако традиционным популярным видом игровой индустрии в Японии был и остается *патинко* — игровой автомат. Как уже упоминалось, до 2016 года в стране деятельность казино была запрещена законом, а тотализатор допускался исключительно на лошадиных скачках, велосипедных и лодочных гонках. Поэтому *патинко* оставалась единственной легально разрешенной азартной игрой в Японии. Сегодня в стране насчитывается более 16 тысяч залов для игры в *патинко* и существует около 34 тысяч профессиональных игроков, прибыль некоторых из которых достигает 3 тысяч долларов в месяц.

Японский игровой автомат *патинко* побил все мировые рекорды по степени популярности. Он представляет собой японский вариант автомата «вертикального пинбола», правила игры которого основаны на традиционном пинболе. Пинбол — разновидность аркадной игры, в которой игрок набирает игровые очки, манипулируя одним или более металлическими шариками на игровом поле, накрытом стеклом. Основная цель игры — набрать возможно большее количество очков.

Патинко имеет ряд принципиальных отличий: игрок, выпустив с помощью поршня шарик, пытается попасть в лузы, расположенные на игольчатой поверхности, и при этом он имеет возможность управлять скоростью выпущенного им металлического шарика. Правила игры в *патинко* достаточно просты и потому вызывают быстрое привыкание и, можно даже сказать, «наркотическую» зависимость.

Автоматы *патинко* впервые появились в Японии в 1940-е годы, хотя их аналог — *коринто гэйму* — был известен еще в начале XX столетия. Свое название японские игровые автоматы получили из-за звука *па*, которым сопровождается распрямление пружины барабанов, звука *тин*, когда шарик ударяется о направляющие, и звука *ко*, когда шарик попадет в лузу.

В период Второй мировой войны все игровые залы *патинко* в Японии были закрыты. И только в 1948 году первый автомат был установлен в одном из крупнейших залов в городе Нагое. Это стало началом современного этапа в истории развития *патинко* в Японии.

После войны во многих городах страны залы *патинко* были единственным местом, где японцы могли отдохнуть и снять стресс после работы. Историки уверены, что этот вид массовых развлечений получил распространение только потому, что военная авиапромышленность Японии после войны искала способ утилизации избыточных шарикоподшипников. Призами в залах *патинко* в первые послевоенные годы были сигареты, которые было очень трудно купить в Японии.

Вплоть до начала 1980-х годов автоматы *патинко* были полностью механическими. Контроль за их состоянием осуществлялся с помощью специально встроенного внутрь прибора. Первый электронный вариант игрового автомата *патинко* имел табло, которое подсвечивалось, а игра сопровождалась музыкальным аккомпанементом.

Наиболее популярными сегодня в Японии признаны следующие виды игровых автоматов *патинко*:

- *Evangelion 8*
- *Monogatari 2*
- *Yakuza 4*
- *Garō*
- *Umi Monogatari*

Правила игры в *патинко* — несложные. Игрок покупает некоторое количество (обычно сотни или даже тысячи) маленьких металлических шариков, засыпает их сверху в прибор, после чего может регулировать предназначенным для этого рычагом скорость выстреливания шариков на игровое поле. Поток шариков сыплется вниз сквозь лабиринт штырей, каналов и заслонок. Большая часть шариков пропадает впустую, однако один из них всегда попадает в специальное отверстие, что приводит к тому, что:

- выдается определенное количество новых шариков;
- лабиринт перестраивается на короткое время таким образом, что вероятность выигрыша возрастает;
- запускается механизм, установленный в центре, который выбрасывает различающийся от раза к разу выигрыш в виде новой порции шариков.

Если игрок использовал не все купленные шарики, то он легко может получить деньги обратно, нажав на кнопку возврата на автомате. После этого автомат выдает карту или монету с информацией об остатке. При большом выигрыше игрока дежурный персонал помогает транспортировать коробки с шариками к специальному автомату, который обменивает шары на призы. Устройство подсчитывает шары и выдает квитанцию, которая позволяет получить призы за отдельной стойкой.

Статистика показывает, что автоматы *патинко* и сегодня остаются одним из наиболее популярных видов досуга в Японии. Около 50 млн японцев время от времени играют

в эту игру, а 30 млн относят себя к категории заядлых любителей и играют в *патинко* регулярно. Залы *патинко* всегда заполнены посетителями. По словам самих игроков, игра в *патинко*, во-первых, позволяет на время абстрагироваться от повседневных дел и отдохнуть, а во-вторых, поскольку большинство азартных игр в Японии вплоть до 2016 года находились под запретом, японцы были ограничены в выборе. Нет ничего удивительного в том, что эта простая и одновременно интересная игра стала неотъемлемой частью культуры страны.

В Японии, где каждый клочок земли «на вес золота», самые большие и дорогие участки с огромными парковками выкуплены владельцами огромных игровых залов *патинко*. Внутри залов довольно шумно из-за звуков падающих шариков и громко включенной музыки, которая должна вдохновлять игроков на продолжение игры, увлекающей настолько, что некоторые лишаются сознания прямо у автомата. Были даже известны случаи летального исхода от затяжной игры. Все это сделало феномен *патинко* объектом научного интереса специалистов-психологов как в Японии, так и в других странах мира.

Известно, что японцы в любой деятельности стараются добиться совершенства. Например, так было заведено, что жизнь самурая должна была быть полностью посвящена служению своему господину, ради своего хозяина самурай мог совершить харакири, так как выполнение долга было для него превыше всего. Возможно, именно самурайская ответственность во всем, которая и сегодня является характерной чертой японцев, лишает их возможности чувствовать меру как при выполнении ими своей работы, так и в игровом зале.

Справедливости ради стоит заметить, что даже неазартный человек легко может потерять контроль над собой, играя в *патинко*. Создатели автоматов постарались продумать все детали его конструкции от внешнего оформления до звуково-

го сопровождения: все направлено на то, чтобы увлечь игрока и заставить его быть постоянно в игре, наблюдая за сменой картинок и сюжетов на экране, где разворачиваются завораживающие сцены из японского аниме, управляемые интерактивными блоками, и показываются клипы с участием известных японских поп-групп и исполнителей.

Японские слот-машины (игровые автоматы, дающие игроку шанс выиграть сумму, во много раз бóльшую, чем размер ставки) с подсветкой и высоким качеством звука имеют встроенные анимированные ЖК- или LED-дисплеи или видеоскраны. Любой европеец, которому довелось побывать в японских залах *патинко* и поиграть на японских автоматах, получает незабываемые впечатления как от самих *патинко*, так и от окружающей обстановки, особой атмосферы, царящей в залах с игровыми автоматами. *Super Black Jack* — один из самых популярных игровых автоматов не только среди японцев, но и среди иностранцев.

Японцы не всегда понимают удивление и восторг европейцев от своих *патинко*, считая, что это всего лишь способ снять стресс и получить удовольствие. Любопытно, но согласно японским стандартам все игровые автоматы используются только в течение одного-двух лет, после чего владельцы *патинко* обязаны заменить «просроченную» установку и поставить вместо них абсолютно новые автоматы. Этот срок контролируется строго и должен соблюдаться, несмотря на то что за этот период игровые автоматы не выработывают свой ресурс. При замене автоматов некоторые заведения за определенную плату перепродают старые образцы в частные руки, и таким образом у находчивых людей и коллекционеров появляются собственные практически новые автоматы, которые при желании могут быть использованы полулегально.

В Японии *патинко* не считается азартной игрой и ее принято рассматривать как «развлечение». Разрешены только

вещевые призы — шоколадные батончики, мягкие игрушки, сигареты, ручки, хотя также можно выиграть и маленький золотой слиток. Поблизости от залов *патинко* располагаются «обменные пункты», в которых полученные призы обмениваются на деньги. В таких пунктах, как правило, работают отставные полицейские, которые могут продавать призы обратно в *патинко*. Столь абсурдная ситуация, когда в *патинко* невозможно прямо получить свой выигрыш деньгами, связана с тем, что в стране долгое время были запрещены любые азартные игры, включая казино.

Сегодня японские власти связывают с открытием казино большие надежды на прирост доходов в бюджет от игорного бизнеса. Закон о легализации казино 2016 года разрешил их строительство в курортно-развлекательных зонах, однако число таких зон в стране было ограничено тремя. Предполагается, что каждые семь лет эти зоны будут перемещаться в новые районы. Игорные дома должны передавать 30 % выручки в государственную казну. Закон о легализации казино завершил в Японии процесс официального признания азартных игр и создал благоприятные предпосылки для ускоренного развития игровой отрасли.

Вход в японские казино — платный (около 52 долларов), причем количество посещений ограничено тремя в неделю и десятью в месяц. Закон по легализации казино предусматривает их сооружение в курортных комплексах. Он был поддержан премьер-министром Синдзо Абэ, правящей Либерально-демократической партией и партией «Комейто». По замыслу Абэ, интегрированные курорты с игровыми залами привлекут в Японию большое число туристов и помогут стране улучшить туристическую индустрию.

Как уже говорилось, прохождение закона о легализации казино в парламенте шло сложно, так как встречало жесткое сопротивление со стороны противников легализации азартных игр в Японии. Последние утверждали, что такой шаг спо-

собен привести к усилению зависимости японцев от азартных игр и что для общества было вполне достаточно деятельности игровых центров *патинко*. Согласно данным опроса министерства здравоохранения Японии, проведенного в 2017 году, доля японцев, подверженных игровой зависимости в стране, составляет сегодня 3,6% от общего числа населения, что является наивысшим показателем среди промышленно развитых стран мира. Вслед за Японией в этом списке стоит Франция с показателем 1,9%. И число это будет только возрастать!

Объективности ради следует признать, что, хотя до 2016 года деятельность казино в Японии официально была запрещена, японский криминальный мир давно организовал свой подпольный игорный бизнес. Нелегальных казино в крупных городах страны было немало. Только в Токио их работало более тысячи. Посетителям со стороны было непросто попасть в такие заведения. Несмотря, однако, на криминальный привкус этого бизнеса, японские законодатели все же дали зеленый свет на строительство новых казино в Японии и планируют даже перещеголять американский Лас-Вегас.

Оправдывая воссоздание в Японии игровых центров с казино, их сторонники, как правило, ссылаются на получение значительных экономических выгод: строительство и эксплуатация казино-курортов будет стимулировать японскую экономику и принесет в государственный бюджет большие доходы. Они также считают, что запрет азартных игр в современном обществе является анахронизмом, так как многие японцы при желании могут посещать казино в соседней Южной Корее или в других странах, но Япония в этом случае недополучает большое количество налогов. Токио в 2021 году примет у себя летние Олимпийские игры, и этот фактор также сыграл свою стимулирующую роль при принятии властями решения о снятии запрета на азартные игры.

В настоящее время основной туристический поток в Японию идет из соседних стран, в том числе из Китая, Южной

Кореи и России. Сторонники казино в Японии полагают, что после легализации игорного бизнеса в стране количество туристов может возрасти по аналогии с Макао или Сингапуром, куда стекаются игроки со всего мира. Япония со своими уникальными культурными традициями, привлекающими многих жителей Европы и США, могла бы добавить к ним еще и игорный бизнес, с тем чтобы стать сильным конкурентом этим двум относительно небольшим азиатским странам.

Целесообразность легализации азартных игр вызывала в японском обществе большие споры и со стороны родителей, которые опасались распространения азартных игр в школах. Кроме того, деятельность казино стимулирует коррупцию, отмывание денег и распространение влияния японского криминального мира, и в первую очередь — *якудза*.

Однако наиболее серьезная проблема заключается в риске распространения эпидемии игровой зависимости по всей стране, вызванной легализацией игорного бизнеса. Согласно статистике Япония сегодня даже без казино является крупнейшим в мире «игровым рынком» с годовым оборотом в 150 млрд долларов! И все эти доходы обеспечиваются за счет деятельности *патинко*, спортивных ставок и доходов от различных лотерей. Оборот же нелегальных казино даже не поддается подсчету.

Миллионы японцев, увлеченных азартными играми, ежегодно тратят огромные средства на скачках и в залах *патинко*. В Японии нередко можно наблюдать картину, когда уже с утра перед *патинко* выстраивается длинная очередь из посетителей, которые торопятся успеть занять лучшие игровые автоматы. Когда же они «дорвутся» до казино, где денежные обороты намного выше, чем в *патинко*, то есть все основания предполагать, что некоторые любители азартных игр просто переселятся в них на «постоянное местожительство».

Существует еще один социальный аспект азартных игр, о котором молчат средства массовой информации Японии.

Население страны резко постарело, и на старости лет люди, как правило, живут в одиночестве, так как их дети разъезжаются и обустраиваются в других городах, а пожилые люди привыкли жить в своих домах. Одиночество становится их постоянным спутником, и у многих появляется желание скоротать время в залах игровых автоматов *патинко*, где они могут тратить свои деньги, чтобы развеять скуку. Поэтому легализация казино может стать серьезным разрушительным фактором для пожилых людей.

Впервые идею легализации казино высказал еще в 1999 году мэр Токио Синтаро Исихара. Американский инвестиционный банк *Union Gaming Group* оценивал первоначальный потенциал ежегодных доходов Японии от азартных игр в 8 млрд долларов, что было намного больше, чем в Лас-Вегасе. В качестве одного из трех утвержденных для строительства центров японского «Вегаса» рассматривался насыпной полуостров Одайба в Токийском заливе. Там на обширных территориях выросли дорогие магазины, кинотеатры, музеи, театры, места для семейного отдыха и парки развлечений, что создало более 20 тысяч новых рабочих мест, а число туристов возросло практически в два раза. Только за счет одного этого центра государственный бюджет стал ежегодно пополняться на 7 млрд долларов.

Столь значимые цифры могут убедить многих в пользе развития игорного бизнеса в Японии, тем более что японская экономика находится в стагнации и остро нуждается в новых стимулах роста. Подхлестнуть экономику мог бы туризм, который стабильно приносил бы в казну большие суммы: ведь ежегодно Японию посещают более 10 млн туристов, а строительство сети казино накануне Олимпийских игр увеличило бы этот показатель до 30 млн человек.

Очевидно, что запуск проекта с казино может принести японской экономике значительные доходы, однако для японцев остается открытым вопрос о социальных последствиях

данной проблемы. Японцам импонирует сингапурский подход к деятельности казино с «человеческим лицом». Опыт Сингапура показывает, что власти смогли справиться с игроманием простым способом — они ограничили доступ своих граждан в казино. Право свободного доступа было предоставлено только иностранным туристам. Входной билет для жителей Сингапура обходился дорого (65 долларов). Кроме того, количество слотов и столов для игр тоже было ограничено. Часть доходов от игорного бизнеса государство направляло на распространение пропаганды вреда от азартных игр и предупреждало о необходимости лечения людей с игровой зависимостью. Власти составляли списки посетителей, уже страдающих игровой зависимостью, и передавали их в игорные заведения с целью запрета посещения.

Мировые «звезды» казино, такие как *MGM Resorts International*, *Wynn Resorts* и *Las Vegas Sands*, а также владельцы казино в Макао Лоуренс Хо и в Австралии Джеймс Дуглас Пакер — австралийский бизнесмен-миллиардер и инвестор — уже находятся в позиции «низкого старта» и заявили о своей готовности принять участие в организации интегрированных казино-курортов по всей Японии.

Однако вопрос с развитием казино в Японии — это все-таки больше вопрос будущего, хотя и ближайшего, тогда как *патинко* — это часть реального мира Японии, часть повседневной жизни японцев. Согласно данным «Белой книги» индустрии развлечений Японии 2018 года, 30,5 % населения страны предпочитает проводить свое свободное время именно перед автоматами *патинко*, 26,7 % — отдают предпочтение досугу в различных развлекательных центрах вместе с семьей, 14,9 % — любители путешествовать.

Кроме того, проблема *патинко* в Японии — это еще и вопрос этнической политики, так как эту отрасль в стране традиционно контролировали выходцы из Кореи. *Патинко* — это один из основных видов бизнеса корейцев, проживающих

в Японии, и примерно 75 % заведений *патинко* принадлежат именно корейцам. Корейцы держат под своим контролем также само производство игровых автоматов.

Корейцы вошли в игровую индустрию Японии сразу после окончания Второй мировой войны, так как это была одна из немногих отраслей экономики, где они могли конкурировать с японцами, тем более что последние сторонились этого вида бизнеса. В результате *патинко* и корейские рестораны барбекю создали процветающий бизнес корейской диаспоры в Японии.

Связи корейцев с индустрией *патинко* стали головной болью для японских политиков. Дело в том, что многие владельцы *патинко* являются выходцами из Северной Кореи, где у них остались семьи и родственники. В 1980-е годы, по мере того как успешно развивался бизнес, корейцы стали регулярно посылать деньги на родину, и точные суммы даже трудно подсчитать. Некоторые называют цифры от 10 млн до 1 млрд долларов в год. Часть денег, возможно, и доходит до родственников, но очевидно, что большая часть попадает в руки северокорейских властей и идет на укрепление северокорейского ВПК.

Таким образом, власти Японии оказались в сложной и весьма деликатной ситуации. С одной стороны, американский Госдеп и ЦРУ настаивают на том, чтобы Япония перекрыла потоки невольного финансирования северокорейского режима, однако, с другой — Токио не может контролировать средства, которые владельцы *патинко* переводят на свою родину в КНДР. Японская полиция пытается установить специальные устройства для считывания данных с карт посетителей заведений *патинко*, чтобы иметь возможность контролировать доходы и расходы их владельцев, не допуская незаконные транзакции. В результате принятых японскими властями в последние годы мер частично удалось перекрыть денежные потоки, которые уходят в Се-

верную Корею. Однако полностью сделать это сегодня еще невозможно.

Таким образом, игровые центры *патинко* и новые казино в Японии остаются наиболее популярными местами развлечений японцев. Они по-прежнему будут притягивать к себе миллионы посетителей и, разумеется, аккумулировать огромные средства.

3.11. Как японцы отмечают национальные праздники

Каждая нация имеет свою историю, культуру и традиции, которые формируют характер поведения ее жителей в повседневной жизни. Одной из отличительных черт богатейшей культурной традиции японцев является неповторимое искусство проводить праздники, которые хранят в себе не только разнообразие сакральных, мистических элементов прошлого, но и множество необычных интересных фактов современности.

Каждый народ имеет свои устоявшиеся традиции проводить Старый и встречать Новый год. Японцы воспринимают этот праздник как некую психологическую границу, разделяющую два периода их земной жизни — старый, уже прожитый, и новый, нарождающийся. К наступающему Новому году все старые проблемы обычно должны быть разрешены, а о новых японцы пока стараются не думать. Они оставляют в старом году небольшой период времени, когда человек может позволить себе роскошь немного абстрагироваться от текущих трудностей, когда ему некуда спешить, поскольку школы и учреждения временно прекращают свою работу, а магазины закрываются. У японцев наступает самый безмятежный — правда, и короткий — период времени, в течение которого они могут разрешить себе немного расслабиться и насладиться приятным жизненным моментом.

В это время японцы непременно проводят в своих домах предновогоднюю уборку, у парадных дверей выставляется *кадомацу* (украшение из бамбуковых палок и сосновых веток), а также *симэнава* (веревка из соломы с вплетенными бумажными полосками). В доме в нише *токонома* размещают праздничные угощения, в основном это рисовые лепешки моти, устрицы, морские водоросли, сушеные сардины и японские маринованные сливы. Каждая комната в доме в период с 30 декабря по 7 января украшается соломенными поделками.

На рассвете 1 января в 3–4 часа утра почтальоны разносят огромные пачки новогодних поздравительных открыток с примерно следующим содержанием: «Благодарю Вас за доброе ко мне отношение в прошедшем году. Надеюсь на Вашу поддержку и в Новом году». В эти дни японцы ходят друг к другу в гости, три первые дня нового года в каждом доме пьют сладкое саке, едят рисовый суп с овощами и молятся о хорошем здоровье, а детям часто вручаются подарки, называемые *о-тоси дама* (маленький конверт с небольшой суммой денег на подарок).

3 марта японцы отмечают праздник девочек. Согласно традиции в каждом доме, где растет девочка, принято устанавливать украшение, которое представляет собой пятиярусную подставку, покрытую красной накидкой, и каждый ярус этой пирамиды заставляют миниатюрными фигурками. На верхний ярус ставят изображение императора и императрицы, справа помещают апельсиновое дерево, а слева — вишневое. Ниже размещаются фигурки придворных дам, пяти музыкантов, министров и слуг. Сюда же ставят игрушечную мебель и миниатюрные домашние вещи. Рядом с подставкой отводится место для саке, рисовых лепешек, разноцветных сушеных бобов, различных лакомств и цветов. В этот день распорядительницами всего этого богатства являются только девочки.

Май ассоциируется в Японии с праздником мальчиков. В пятый день пятого месяца у домов, где растут мальчики, на шестах вывешиваются надувные карпы. Согласно легендам рыба-кари отличается особым характером и силой, она может плыть против мощного течения и даже преодолевать водопады. Поэтому образ карпа ассоциируется с мальчиками, которые должны быть сильными, ловкими и выносливыми. По этой же аналогии внутри дома на специальных подставках расставляют кукол-воинов в шлемах и доспехах. Около кукол кладут *касива-моти* (рисовые лепешки с фасолевой начинкой, завернутые в дубовый лист) и *тимаки* (рисовый колобок, завернутый в бамбуковый лист). В этот день мальчики принимают ванну с цветами ириса *сёбу*, которые в Японии символизируют боевой дух. Эти цветы выбираются также и для составления букетов.

Летом японцы отмечают праздник *Танабата* (праздник Ткачихи). Седьмого числа седьмого месяца по лунному календарю повсюду в Японии проводятся красочные шествия. Японцы одеваются в легкие кимоно и несут в руках ветви деревьев с прикрепленными к ним полосками бумаги, на которых написаны различные пожелания. Праздник *Танабата* был связан с поклонением богине ткачества. По легенде к востоку от Млечного Пути жила небесная фея Ткачиха. Круглый год она трудилась, ткала из облачной нити небесные одеяния. Богине Синванму стало жаль ее, одинокую трудолюбивую японку, и она отдала ее в жены Пастуху, который жил к западу от Млечного Пути. Выйдя замуж, Ткачиха перестала заниматься своим делом, т.е. ткать, и превратилась в домашнюю хозяйку. Узнав об этом, богиня рассердилась и велела бывшей ткачихе вернуться на ее прежнее место работы и впредь разрешила ей видеться с мужем один раз в год на мосту, перекинутом через Млечный Путь. Этот день символически обозначает в Японии любовное свидание.

В середине июля в Японии отмечается праздник *Обон* — День поминовения усопших. В ночь на 13-е число седьмого месяца по лунному календарю в домах зажигают огонь, приглашающий души предков в гости. В последующие два дня на буддийский алтарь кладут свежие овощи и фрукты, вывешивают фонари, как бы развлекая невидимых пришельцев. В ночь на 16 июля вновь зажигают огонь для сопровождения душ предков в обратный путь, а жертвенные продукты укладывают в миниатюрные суденышки, которые на следующий день спускают на море или в реку.

Во время праздника *Обон* 15 июля японцы отмечают середину года — *о-тюэн*. В этот день принято обмениваться подарками в знак благодарности за оказанную поддержку и помощь в текущем году.

В сентябре отмечается праздник полнолуния. По лунному календарю полная луна в середине осени появляется вечером примерно 10 сентября. В это время при лунном свете японцы живописно расставляют на подставке свежесваренный картофель, яблоки, запеченные в тесте, осенние съедобные травы. Японцы любят луну и едят приготовленные угощения.

В ноябре отмечается праздник *Сити-го-сан* (Семь-пять-три). 15 ноября мальчиков трех и пяти лет и девочек трех и семи лет одевают в нарядные одежды или в кимоно и ведут в храм, где произносятся благодарственные молитвы. Детям покупают пакеты с леденцами, которые они раздают друзьям и родственникам.

В декабре в канун Нового года японцы щедро обмениваются подарками *о-сэйбо* (подарки в ознаменование окончания года преподносятся всем, кто оказывал им поддержку и внимание в прошедшем году), стремясь завершить годичный цикл в приятном и позитивном настроении и расположении духа.

Продуманная и строго соблюдаемая веками система японских национальных праздников направлена на поддержание

в обществе коллективистских настроений, доброжелательности и уважения к традициям. Эта система передается из поколения в поколение, по сути, не меняясь, что является важным воспитательным фактором для формирования моральных устоев японской молодежи в духе патриотизма и верности традициям.

3.12. Почему японцы так любят американский бейсбол

Япония — страна, богатая не только историческими и культурными традициями, но и активно практикующая различные виды спорта, причем не только национальные, но и зарубежные. К национальным видам спорта японцы относят карате, кэндо, дзюдо, сумо. Однако, несмотря на разнообразие исконно японских видов спорта, в Японии весьма популярен и американский бейсбол, который японцы называют *якю* (дословно «поле» и «мяч»). На сегодняшний день бейсбол является самым распространенным видом спорта в Японии и занимает первое место по популярности среди профессионалов и любителей. Даже такой сугубо национальный спорт, как сумо, находится только на третьем месте после бейсбола и футбола. Это убедительно свидетельствует о том, что в Японии гармонично сочетаются традиционные и заимствованные виды спортивной деятельности.

Бейсболу японцы уделяют большую часть свободного времени, причем это распространяется и на школьников, и на студентов. При этом японцы любят не только пассивно смотреть на стадионах бейсбольные матчи с участием любимых команд, но и сами играть в эту игру.

Бейсбол впервые стал известен в Японии фактически сразу после революции Мэйдзи в 1872 году как студенческая игра, которая вскоре, однако, получила распространение по всей стране. Бейсбол в Японию привез американский

спортсмен Горас Уилсон и представил его японским преподавателям и студентам. Уже с 1873 года в Токийском университете под руководством Уилсона состоялся первый бейсбольный матч, а в 1879 году была создана первая японская бейсбольная команда *Shimbashi Athletic Club*. С тех пор американский бейсбол стал самым популярным командным видом спорта в Японии.

В 1936 году была основана профессиональная японская бейсбольная лига. Игры профессионального бейсбола сегодня являются самыми престижными в Японии. Профессиональный бейсбол в стране разделен на две лиги — Центральную и Тихоокеанскую, в каждую из которых входит по шесть команд. Они известны как *Nippon Professional Baseball* (NPB). Чемпионаты по бейсболу проходят ежегодно с апреля по октябрь.

Японская Центральная лига включает в себя следующие команды:

- *Hanshin Tigers*
- *Yomiuri (Tokyo) Giants*
- *Yokohama BayStars*
- *Hiroshima Toyo Carp*
- *Chunichi Dragons*
- *Yakult Swallows*

В свою очередь, Тихоокеанская лига включает в себя команды:

- *Hokkaido Nippon Ham Fighters*
- *Tohoku Rakuten Golden Eagles*
- *Seibu Lions*
- *Orix Buffaloes*
- *Chiba Lotte Marines*
- *Fukuoka Softbank Hawks*

Между американским бейсболом и японским *якю* существуют определенные различия.

Во-первых, размеры площадки для игры: в японском *якю* используются меньшие по размерам поле, зона удара и мяч в сравнении с американским вариантом.

Во-вторых, разнится и стратегия ведения игры: в японском *якю* игроки предпочитают придерживаться наступательной стратегии размещения раннеров (бегущий игрок в бейсболе, достигший первой из баз). Данная стратегия противоположна американской *big inning*, которая сфокусирована на раннерах, использующих хоум-раны (*home run*), во время которых отбивающие и бегущие, находящиеся на своих базах, успевают совершить полный круг по всем базам и попасть в дом.

В-третьих, ограниченное количество иннингов — периодов игры, поделенных на две части: «верх» и «низ», во время которых команды по разу играют в защите и нападении. Иннинг состоит из двух фреймов. Каждая команда играет одинаковое количество раз в обороне и в атаке. В Японии бейсбольная игра состоит из девяти иннингов. Однако если счет равный, команды играют дополнительные иннинги, которые могут достигать максимум двенадцати. Правила японского *якю* допускают матчи вничью, если равный счет длится до двенадцати иннингов.

В-четвертых, снятие кепки: если японский питчер (игрок защищающейся команды, подающий мяч) случайно сталкивается с беттером (игрок нападения с битой, бьющий, отбивающий), он обычно снимает кепку в знак извинения и выражения уважения.

В-пятых, сильная поддержка болельщиков: на японских стадионах есть специальные места для фанатов, которые помогают любимой команде одержать победу, постоянно выкрикивая подбадривающие слова.

Наконец, в-шестых, исполнение болельщиками своих песен: еще один отличительный аспект японского *якю*, такие песни — нечто вроде боевого гимна. Они специально пишут-

ся для отдельных команд и поются болельщиками на каждой игре. Некоторые песни даже можно найти в караоке, так что фанаты могут поддерживать свой боевой дух и вне игрового действия.

Японцы доказали свою приверженность бейсболу. Многие японские игроки перешли в американскую Высшую лигу. Так, Масанори «Маси» Мураками был первым игроком, который в 1965 году перешел из команды *Nankai Hawks* в *San Francisco Giant*. Его успех в MLB (*Major League Baseball*) привел к тому, что и другие японские игроки стали присоединяться к различным американским клубам. Среди них такие японцы, как Мак Сузуки, Такаси Касивада, Косукэ Фукудомэ и, конечно же, легендарный Итиро Судзуки. В более поздний период их ряды пополнили такие звезды японского бейсбола, как Дайсукэ Мацудзака, Кодзи Уэхара, Ю Дарвиш, Хидэо Номо и Хидэки Мацуи.

Одним из выдающихся японских бейсболистов современности является Итиро Судзуки — самый дорогостоящий игрок Тихоокеанской лиги, который в 2001 году был принят в американский бейсбольный клуб. Тем не менее, как патриот Японии, он играет в составе японской сборной в международных соревнованиях и является членом «Зала славы японского бейсбола».

Ежегодно японские стадионы, на которых проходят бейсбольные матчи, посещают более 22 млн болельщиков. Матчи транслируются в прямом эфире, а для их повтора телевидение выбирает самое удобное для работающих граждан время и показывает их с 7 до 9 вечера по 3–4 раза в неделю. Приобрести билет на бейсбол можно в день проведения игры, но когда соревнования проходят в праздничные дни или в период «золотой недели» (с 29 апреля по 5 мая — череда японских национальных праздников), то о приобретении билетов стоит позаботиться заранее. Билеты на бейсбол в среднем стоят 1000 иен, однако цена может достигать 15 тысяч иен и выше.

Находиться на стадионе, когда проходит матч, интересно и весело, так как на протяжении всей игры слышны песни и можно наблюдать всеобщее ликование.

Большой популярностью в Японии пользуется и любительский бейсбол, который широко практикуется в университетах страны. Основным интерес для зрителей представляет собой большая шестерка бейсбольных команд самых крупных университетов Токио: Токийского, Токийского технологического, Цукуба, Кэйо, Васэда и София. В Японии практически каждая школа, предприятие или учреждение имеют свою бейсбольную команду. Часто, идя по улице, можно видеть, как дети или взрослые играют в бейсбол.

Наиболее способные игроки студенческих команд затем переходят в профессиональный бейсбол. Студенческие матчи также широко освещаются в средствах массовой информации и на телевидении. В Японии созданы музеи национального бейсбола, посвященные звездным игрокам.

Таким образом, японская спортивная аудитория, несмотря на высокий дух патриотизма и любви к национальным традициям, отлично уживается с иностранными видами спорта. Высокая популярность американского бейсбола в Японии — отличное тому подтверждение.

Часть четвертая
ЯПОНСКАЯ КУЛЬТУРА СЕКСА



4.1. Традиционный отдых с гейшами

Одним из уникальных явлений японской цивилизации является культура секса, в которой важное место занимает общение с гейшами, покоряющими своим очарованием и «дразнящими играми» не одно поколение японцев и европейцев и ставшими в известном смысле символом Японии.

Слово «гейша» состоит из двух иероглифов, которые можно перевести как «человек, имеющий отношение к искусству». Сами гейши — достаточно образованные, остроумные, превосходно знающие литературу, обладающие музыкальными способностями, веселые и находчивые японки, которые владеют особым искусством сразу покорять собеседника. Гейша должна так уметь вести беседу, чтобы мужчина не мог отвести от нее взгляда. После этого гейша помогает мужчине получить удовольствие от общения с ней с помощью своих губ и рук.

Было бы грубейшей ошибкой ассоциировать японскую гейшу с европейской куртизанкой, женщиной легкого поведения, вращающейся в высшем свете, ведущей светский образ жизни и находящейся на содержании богатых и влиятельных любовников. Во всяком случае интимные услуги

не входили в круг обязанностей японских гейш. Скорее всего, гейша — это артистка, которую приглашают за установленную часовую плату для развлечения и доставления удовольствия гостю.

Стать гейшей непросто, поскольку это искусство требует многих знаний и умений. Овладение этой профессией начинается с раннего возраста, иногда даже с 7 лет. Основная масса гейш — дочери служащих из ресторанов и чайных домиков, также довольно часто профессия гейши передается по наследству от матери к дочери.

Обучение искусству гейши включает в себя изучение основ пения, танцев, актерского мастерства, игры на различных инструментах, что формирует ее широкий культурный кругозор. Но самое большое внимание уделяется изучению психологии личности и навыкам ведения беседы. Будущие гейши живут и овладевают своим мастерством в специальных кварталах гейш. В городе Киото гейшу-ученицу называют *майко*, а в Токио — *о-сяку*. Ученицы носят кимоно, широкий пояс *оби* и высокую прическу, по которой их отличают от гейш-выпускниц.

Приглашение гейши для развлечения гостей является проявлением высокой степени уважения и почтения, так как они способны создать для гостей непринужденную атмосферу и поднять настроение. Европейцам трудно ощутить все нюансы искусства гейши в полной мере, так как обычно они не владеют японским языком настолько хорошо, чтобы различать скрытый смысл многих ее высказываний.

Распорядок дня гейши достаточно напряженный, так как она должна постоянно совершенствоваться в искусстве аранжировки цветов, чайной церемонии, танцах, пении и т.д. После легкого обеда и беседы с подругами-гейшами она начинает готовиться к вечеру, на что затрачивается много времени, так как требуется проделать множество разнообразных процедур — от натирания пяток специальным кремом до уклад-

ки волос. В результате гейша принимает вид, действительно способный привлечь внимание любого гостя.

В прошлом гейши не распоряжались своим гонораром, поскольку их деятельностью руководила специальная организация. По вечерам в соответствии с поданной заранее клиентом заявкой она получала вызов-направление и на рикше отправлялась по указанному адресу (до сих пор в Японии для этих целей используются рикши, а не такси). После окончания вечеринки гейша подписывала «отчет», где указывалось время, затраченное ею на развлечение гостей. Оплата осуществлялась обычно в конце месяца. Гонорар гейши зависел от ее возраста, мастерства, популярности и ряда других факторов.

В настоящее время гейша считается свободной женщиной и сама распределяет свое время. Это позволяет ей, наряду с классическими занятиями, играть в гольф, развлекаться по своему усмотрению и даже водить автомобиль. По данным официальной статистики, в Токио работает до 5 тысяч гейш, а по всей Японии их насчитывается около 35 тысяч.

С конца XX века образ гейши был адаптирован японскими СМИ для потребления западным обществом. Растущий интерес к этому феномену, а также экзотичность их образа способствовали появлению заметного числа произведений, посвященных японским гейшам. В 1998 году известная американская певица Мадонна появилась в обличье и макияже гейши на церемонии вручения премии «Грэмми». В 1999 году она предстала в подобном образе в видеоклипе на песню «Nothing Really Matters», а в 2001 году часть представления в рамках турне «Drowned World» была стилизована под японскую тематику.

Однако справедливости ради следует отметить, что использование образа гейши в массовой западной поп-культуре привело к его выхолащиванию и искажению в представлении европейцев. Большинство современных западных авторов

не имеет достаточных знаний о профессии гейши, а также о культурном укладе традиционного японского общества, которое они стремятся изобразить. Во многих случаях несоответствие реального образа гейши ее подлинному предназначению в японском обществе порождается желанием западных авторов соответствовать интересам и ожиданиям публики, воспитанной в рамках европейской культуры и системы ценностей.

Можно упомянуть еще один любопытный факт, связанный с феноменом образа гейши. На фоне распространения в мире гомосексуальной философии и однополых браков в Японии стали появляться мужчины-гейши. В настоящее время широко известны двое мужчин-гейш: это Эйтаро, работающий в токийском районе гейш *ханамати*, и Акари, занятый на термальных источниках Насу в городе Тотиги в префектуре Тотиги. Мать Эйтаро в молодости сама была гейшей, и мальчик рос в «мире цветов и ив», после чего принял решение заняться этой профессией. Внешне эти двое ничем не отличаются от остальных японских гейш — и Эйтаро, и Акари накладывают такой же макияж, что и другие гейши, носят женское кимоно, и если не знать о том, что это мужчины, вряд ли кто-то сможет это понять.

У европейцев может сложиться впечатление, что гейша — кукла, не обремененная проблемами и «не обезображенная» интеллектом. Однако на самом деле — это маскировка, свидетельствующая о высоком профессиональном уровне гейши, когда она надевает маску, нравящуюся клиентам, а все ее мысли и чувства скрыты за толстым слоем панцирной оболочки.

В мире гейш, так же как и у актеров театра «Кабуки» или у борцов сумо, существует устоявшаяся традиция заимствовать имена своих знаменитых учителей или предшественниц, которыми гейши гордятся. Что же касается грима, то, как правило, лица гейш покрыты толстым слоем белой пудры, под которым трудно распознать их истинный облик.

В современной Японии институт гейш сохраняет свое значение, хотя и в ослабленном виде. Сегодня нельзя не признать, что число гейш стало сокращаться. И главная причина такой тенденции состоит в том, что среди японок находится все меньше женщин, желающих идти на строгие самоограничения в своей жизни, с чем связана профессия гейш. Более того, общение с гейшами стало весьма дорогим удовольствием и далеко не каждый мужчина может себе сегодня это позволить. Вечеринки с гейшами становятся скорее ностальгическим напоминанием о традиционном прошлом, своего рода «дорогой машиной времени», нежели одной из областей сферы услуг. Сегодня пригласить гейшу для того, чтобы провести вечер в ее обществе, по карману либо политикам, либо «акулам бизнеса». Оказаться в компании гейши возможно лишь по рекомендации известного человека, а первоначальный взнос за такой визит составит не менее 500 долларов.

Общение с гейшами требует от клиента знаний особого этикета. Дело в том, что контакт с гейшами — это, по сути, участие в своего рода театрализованном представлении, однако, в отличие от традиционного театра, актриса-гейша чаще всего играет только для очень узкого круга избранных зрителей, т. е. организует «VIP-шоу». Особая манерность, которая возникла еще на заре формирования этого жанра искусства, устойчиво закрепились в правилах этикета, который существует и ныне.

В некотором смысле можно даже говорить о схожести театрализованных представлений гейш и театра «Кабуки». В прошлом зрители театра «Кабуки» были хорошо знакомы как с содержанием пьесы, так и с актерами на сцене, и поэтому точно себе представляли, когда можно позволить себе поддержать актера выкриками с мест. Сегодня, однако, контингент зрителей изменился, поэтому администрация театра вынуждена нанимать специальных клакёров (от французского *claqueur* — хлопать в ладоши. Клакёр — человек, который

занимается созданием искусственного успеха либо провала артиста или даже целого спектакля) и размещать их в зрительном зале, чтобы те выкрикивали имена актеров в нужный момент, и все это делается для того, чтобы полностью воссоздать прежнюю атмосферу, некогда царившую в театре. Провинциальные японцы, которые при посещении столицы непременно посещают театр «Кабуки», чтобы «не отстать» от традиционной японской культуры, смотрят и слушают спектакли в наушниках, в которых транслируются комментарии и разъяснения. Разумеется, очевидно, что значение института гейш, так же как и роль театра «Кабуки», в воспитании современного поколения японцев заметно снизилось, однако благодаря традиции, заложенной внутри самих этих структур, они все еще живы, и можно надеяться, что они переживут и будущие трудности.

Говоря о преемственности поколений в сфере интимных услуг, можно отметить, что вместо традиционных гейш и европейских куртизанок в современном мире появились хостес, или «барные леди», а вместо «плавающего мира», которым восхищались японцы в феодальный период и который был изображен на многих японских гравюрах, сформировалась новая отрасль индустрии развлечений *mizu shobai*, что в переводе с японского означает «водный бизнес». «Водный бизнес» чаще всего связан с криминалом в деятельности ночных клубов, баров и участием в стриптиз-шоу. Женщина, как и в прошлом, продолжает оставаться центральной фигурой в современных клубах и выступает объектом развлечений. Ее роль в подобных «злачных» заведениях схожа с работой актрисы в театре, а доходность «точки» находится в прямой зависимости от уровня ее мастерства и квалификации.

В японских питейных заведениях, например, помимо официантов непременно присутствуют хостес, которые встречают посетителей и выполняют роль хозяйки или женщины, с которой можно приятно провести вечер. Они должны уметь

создавать атмосферу, в которой мужчина может расслабиться, поговорить о своих радостях или жизненных проблемах. Впрочем, для процесса релаксации ему требуется постоянно заказывать алкогольные напитки, способствующие плавному течению данного вида «терапии». Для того чтобы понять специфику деятельности подобных заведений и их место в жизни современного японского общества, европейцам желательно познакомиться с историей развития индустрии развлечений в Японии, где женщина всегда должна была претворять фантазии мужчин в реальную жизнь.

В японском обществе, как в прошлом, так и сегодня, трудно провести грань между женщинами, которые помогают посетителям расслабляться и уходить, пусть и на короткое время, от своих жизненных проблем, и обычными проститутками. Даже в современных ночных клубах Японии работают просто хостес, а есть и профессиональные проститутки. Разумеется, гейша не является проституткой, хотя она и работает в достаточно процветающем бизнесе, где проституция играет важную роль. Традиционно в этом бизнесе сохранялся старинный обычай, когда девственность гейши продавалась владельцами заведений за большие деньги очень уважаемому клиенту, однако в настоящее время это «достоинство» женского тела уже не является ценностью.

История появления проституции в Японии восходит к X–XI векам, и связана она была с образом жизни самурайской знати периода Хэйан (794–1185), а также последующего периода Камакура (1185–1333), который считался золотым веком самураев. В те далекие времена в японском обществе бытовала философия, согласно которой девочек воспитывали таким образом, чтобы они посвящали свою дальнейшую жизнь обслуживанию и уболажению представителей высших слоев воинского сословия, включая и самого императора. И, безусловно, перечень «наук» включал в себя и искусство «любовных утех».

Первые бордели в Японии были организованы еще при сёгунате Минамото-но Ёритомо в 1193 году с целью предотвращения дезертирства среди солдат. Тогда же была учреждена даже специальная должность надзирателя за проститутками. С XV века в Японии открываются бордели для китайцев и корейцев. Позднее, в XVI веке, японские публичные дома стали охотно посещать португальские торговцы с командой матросов со своих судов. В период правления сёгуна Хидэёси Тоётоми (1536–1598) был издан указ, который провозглашал создание в столице Эдо специальных увеселительных кварталов, а в 1617 году сёгунат Токугава выпустил другой указ, запрещавший занятие проституцией вне специально для этой деятельности огороженных кварталов. С тех пор самыми известными увеселительными кварталами (*юкаку*) в Эдо (современный Токио) стал район Ёсивара, в Осаке — район Симмати и в Киото — район Симабара.

Проститутки получали специальную лицензию *юдзё* — «женщина для удовольствия» и ранжировались согласно сложной иерархии, на вершине которой находились *ойран* и *таю*.

Ойран развлекали клиентов традиционными танцами, музыкой, поэзией, каллиграфией. Они были способны поддерживать весьма интеллектуальную беседу. *Ойран* не могли покидать увеселительные кварталы, их жизнь, по сути, была похожа на заточение. Они фанатично следовали правилам этикета. Их речь была намного ближе к придворной, чем к разговорной. *Таю* отличались более богатой одеждой — сверху на кимоно надевали вышитую накидку *утикакэ* — и тем, что появлялись шитый золотом пояс спереди, а не сзади, как гейши. Прически *таю* соответствовали прическам *майко*, но у *таю* они имели больше украшений. В частности, в передний пучок прически вкалывалось восемь *кандзаси*-шпилек. В прическе *таю* были всегда три гребня, а у гейш — всего лишь один. *Таю*, как и гейши, белят лицо, а также чернят зубы.

Самураи охраняли проституток и не выпускали их за пределы увеселительных кварталов, за исключением весеннего праздника цветов *ханами* и визитов к умирающему родственнику.

Фактически указ сёгуната от 1617 года положил начало созданию в Японии уникальной культуры развлечений, которая благополучно процветала до конца XIX века и продолжает существовать вплоть до сегодняшнего дня.

Однако, на наш взгляд, российскому читателю небезынтересно было бы узнать о причинах появления в Японии публичных домов, в адрес которых уже в те далекие времена раздавалась критика и звучали голоса недовольных, обвинявших власти в нарушении общественной морали. Дело в том, что в феодальной Японии любые действия населения находились под жестким контролем сёгуната. Все высказывания, настроения и недовольства мгновенно становились известны властям, которые принимали в случае необходимости соответствующие меры. В 1612 году владелец одного из публичных домов в Эдо Сёдзи Дзинъэмон подал в сёгунат идею о коренной перестройке всего бордельного бизнеса в столице, с тем чтобы сделать его более контролируемым администрацией. Его беспокоило, что власть имущие смотрели на этот бизнес весьма неодобрительно, именно в силу того что они не могли его полностью контролировать. Сёдзи Дзинъэмон высказал предположение, что если все публичные дома будут собраны в одном районе, то властям будет легче проводить расследования любых нарушений закона об их организации. Кроме того, владельцы домов смогут сами контролировать поведение подозрительных лиц и докладывать об этом в сёгунат, когда они будут собраны вместе. Автор проекта создания отдельного квартала для публичных домов Сёдзи Дзинъэмон рассчитывал, что сёгуну понравится его идея и он одобрит ее, ибо процесс разделения города по местожительству различных сословий шел тогда в Эдо полным ходом, т.е. представи-

тели класса самураев жили в одной части города, а рядовые горожане — в другой.

В 1635 году сёгунат Токугава ввел в стране систему *санкин котай*, которая была призвана усилить контроль центральной власти в Эдо в провинциях и способствовать централизации системы управления страной, обеспечивая стабильность власти сёгуна. Эта система была ликвидирована лишь в 1862 году, накануне реставрации императорской власти Мэйдзи. Согласно требованиям системы *санкин котай* помещик или самурай половину года должен был жить в столице, тогда как его семья оставалась по месту его основного проживания в провинции в качестве заложников. В городе скапливалось большое число «командировочных». Город быстро рос, часто случались пожары, что постоянно требовало притока новых мужских рабочих рук. А женщины в городе были в меньшинстве (их было примерно в два раза меньше, чем мужчин), так что официально запрещать проституцию было неразумно, тем более что это было выгодно и властям, которые даже шли на освобождение публичных домов от налогов в обмен на честное сотрудничество их владельцев с тайной полицией.

Кварталы развлечений с публичными домами были обнесены высокой стеной, а перед охраняемыми воротами посетители должны были оставлять свое оружие. Внутри квартала на улицах были высажены различные деревья, включая сакуру и иву — символы проституции, которые были заимствованы из Китая. В квартал Ёсивара, например, можно было входить только пешком, так что даже важные персоны оставляли свои экипажи за его стенами. Квартал посещали самые разные люди: молодежь, добропорядочные мужья и даже монахи. Для того чтобы выбрать себе девушку по вкусу, потенциальный клиент прогуливался по улицам «веселого квартала». Японские гейши, или «торговки весной», находились на всеобщем обозрении на открытой веранде, отгороженной

от улицы деревянной решеткой, с ними можно было поболтать и назвать имя приглянувшейся девушки.

Однако самые дорогие заведения категорически отказывались демонстрировать своих девушек, так как считалось, что их высокая репутация говорила сама за себя и все девушки были достойны внимания. Определившись с выбором, гость направлялся в один из «чайных домиков», расположенных вдоль четырех стен квартала, и вел переговоры с посредниками, где и осуществлялась предоплата, которая потом передавалась владельцу публичного дома. «Чайные домики» существовали как за счет комиссионных, так и за счет подаваемых клиенту еды и напитков.

История развития проституции в Японии периода Эдо оставила глубокий след в культуре страны. Начиная с XVII века публичные дома, которые имели лицензию, были открыты по всей стране, и среди их посетителей были богатые и влиятельные люди, включая представителей интеллигенции, писателей, поэтов и музыкантов. Вплоть до настоящего времени сохранились песни той поры, повествующие о печальной и горестной судьбе японских проституток.

Как уже отмечалось выше, японское феодальное общество было строго иерархично, что нашло свое отражение и в вертикальной организации сообщества японских проституток. Наверху этой иерархии стояли *ойран* и *таю*, как проститутки высшего ранга, хотя чаще всего они были незнатного происхождения. Нижние этажи занимали *юна* или *дзёро* (проститутки низшего класса, которые, как правило, предлагали свои услуги в банях). Представительницы *таю*, которые привыкли иметь дело со статусными и образованными посетителями, получали по меркам того времени хорошее образование, хорошо владели искусством икебаны, чайной церемонии, писали стихи и играли на различных музыкальных инструментах, могли вести беседы на самые разные темы со своими привилегированными клиентами, развлекать их и даже устраивать

для них небольшие представления. При этом встречи клиентов с *таю* всегда были организованы в рамках строгого «прокола», которого должны были придерживаться обе стороны. Историки данного периода считали, что эти обычаи были заимствованы из театра «Кабуки».

Интересно отметить: исторически сложилось так, что судьба японского национального театра «Кабуки» и развитие проституции в стране оказались тесно переплетенными. Дело в том, что странствующие актрисы и танцовщицы нередко выполняли и функции женщин легкого поведения. Принято считать, что основательница первой труппы театра «Кабуки» — Окуни, которая официально была служительницей храма Идзумо Тайся, вполне успешно совмещала роль балерины на сцене и проститутки в жизни. Ее участие в спектаклях, когда она наряжалась в мужские наряды, были достаточно эротичны и двусмысленны, что нередко служило своеобразным приглашением к последующим действиям развратного характера после окончания спектакля.

Феодальные власти были настолько обеспокоены возможными беспорядками со стороны горожан в связи с упадком морали в обществе, что даже пытались запретить публичные выступления труппы «Кабуки». Тогда, подчиняясь давлению со стороны властей, руководство театра полностью заменило состав труппы, и вместо выступлений женщин-актрис их роли стали играть мужчины-актеры. С тех пор все женские роли в представлениях театра «Кабуки» исполняют мужчины.

В увеселительных кварталах таких крупных городов, как Эдо, Осака и Киото, действительно порой царила неразбериха: интриги, скандалы, трагическая любовь, которые постоянно имели место в этих заведениях и тут же становились сюжетом для пьес в театре «Кабуки». Таким образом страна невольно знакомилась со всей гаммой личных переживаний проституток, сочувствуя и одновременно потешаясь над курь-

езными случаями. В XVII–XVIII веках в Японии появилось множество *сюнга* (эротических гравюр *укиё-э*, выполненных на дереве), которые становились своего рода путеводителем для жителей Эдо, разъясняющим им все интимные стороны взаимоотношения полов. При этом секс в Японии всегда воспринимался как нечто естественное, отнюдь не вульгарное, и поэтому сексуальные связи на стороне легко выходили за рамки сугубо семейных отношений, не вызывая скандалов и не провоцируя разводы.

Все зарегистрированные японские проститутки, подобно актрисам, имели свой рейтинг, который определялся профессиональными критиками. Каждый увеселительный квартал имел свой путеводитель с подробным описанием заведений с поименным составом их служащих и их рейтингом. Аналогичные путеводители создавались и в отношении существовавших на тот момент театров и их актеров. Книги описывали заслуги артистов, причем не столько их профессиональные данные, сколько физические. Сам по себе факт того, что японские проститутки были включены в путеводители, как и актеры, являлось лишним свидетельством тому, что искусство любви расценивалось японцами как театральное, т.е. было на достаточно высоком уровне. Публичные дома воспринимались посетителями как «театры любви», в которых деревенские девушки преображались в красавиц и давали представления для небогатых купцов.

Жители Эдо, Осаки и Киото не испытывали глубоких моральных переживаний относительно своего «аморального» поведения, поскольку традиционная японская философия синтоизма не трактовала секс «как запретный плод». Считалось, что, если мужчина в состоянии обеспечить безбедное существование своей семьи, не позорящее память предков, он может себе позволить получение сексуальных удовольствий на стороне. И кроме того, в сознании любого японца семейная жизнь — это одно, а жизнь вне семьи — это

другое, если речь идет о главе семейства. Так было в японском обществе всегда, такие правила остаются и сегодня. Выбор жены для японца никогда не был связан и никогда не определялся романтическими побуждениями, поэтому наличие интимных отношений вне семьи не воспринималось как грех.

Поэтому посещение мужчиной публичного дома не имело никаких разрушительных последствий для семьи. И хотя в 1958 году был принят закон, запрещающий проституцию, она до сих пор сохраняется в японской повседневной жизни. Она существует и неплохо адаптировалась, выживая в современных условиях, хотя и несколько видоизменилась.

Следует иметь в виду, что для японского мужчины всегда большое значение имел сам процесс «обхаживания» его со стороны проститутки, ее ласки, и это было для него важнее самого секса. Даже сегодня нередко можно встретить в элитных или закрытых ночных клубах состоятельных бизнесменов, которые с легкостью тратят казенные деньги на время, проведенное в обществе хостес. Им, в частности, очень нравятся рассказываемые теми неприличные анекдоты.

Впрочем, желание расслабиться и снять стресс в обществе красивых, но распутных женщин, знающих толк в способах отвлечь мужчин от рутинных проблем, не является эксклюзивной особенностью японцев. Своего рода профессиональное социальное общение имеет в странах Дальнего Востока достаточно долгую историю. Еще в период правления китайских императоров династии Тан (618–906) состоятельные придворные мужи, ученые и поэты помимо того, что содержали гаремы из нескольких жен, непременно окружали себя также и высокообразованными наложницами, которые могли поддерживать интересные для них разговоры, а при необходимости — даже давать им полезные советы.

Согласно конфуцианской морали наличие у мужчины нескольких жен или наложниц не считалось нарушением

моральных норм и принципов. Разумеется, если мужчина мог уделить свое внимание каждой из них. Институт брака в странах Дальнего Востока держался на женах, основной функцией которых было рождение детей, предпочтительно — сыновей, а также ведение домашнего хозяйства. Категория «любви» совершенно не входила в семейные рамки, так же как и образованность жен. Чаще всего женщины Востока мало разбирались в искусстве или поэзии, и даже при гостях, которые часто посещали дома состоятельных людей, жены оставались за ширмой и вели беседу оттуда, так, чтобы никто не видел их лиц. Именно поэтому слово «госпожа» или «жена» в японском языке звучало как *окусама*, что в дословном переводе означало: «человек, который находится в глубине» (*оку* — глубина). Ни китайцы, ни японцы не требовали от своих жен умения вести светские беседы, за ними они направлялись к специально обученным женщинам, к гейшам, которые могли поддерживать любую тему разговора, улаживать слух своим пением, а взор — танцами.

Традиционно в Японии публичные дома для состоятельных горожан назывались «чайными домиками», так как женщины, которые в них работали, были не просто гейшами, а владели всеми видами традиционных японских искусств: икебаной, чайной церемонией, каллиграфией, а главное — владели искусством любовных утех. Помимо «чайных домиков» были и более дешевые публичные дома для тех, кто не мог оплачивать полный набор удовольствий, предоставляемый состоятельным клиентам.

Отношения между гейшами и их покровителями подчинялись строгому этикету. Процесс интимного сближения должен был проходить полный цикл: вначале следовало пройти этап ухаживания, обмена стихами, посвященными чувствам и терзанием влюбленных, на следующем этапе должны были состояться тайные встречи, подношение дорогих подарков, вручение денег и т. д. И только после окончания всех «риту-

альных ухаживаний» наступал момент интимных отношений. Следует, однако, заметить, что, как правило, посетители «чайных домиков», встречаясь с гейшами, искали не сам секс, а оболочку романтических отношений, в которую этот секс был «обернут». Другими словами, японцы получали в общении с гейшами тот набор удовольствий, которого им не хватало дома, в семье. Это был своеобразный флирт, короткое шоу с участием мужчины и женщины, роман, которого у японца не было в повседневной жизни.

Но во все времена, начиная с периода Хэйан и вплоть до наших дней, есть одно непреложное правило, которое непозволительно нарушать. Оно гласит — подобные отношения исключают романтическую влюбленность и проявление серьезных чувств. Для гейши это всего лишь ее работа, которую она выполняет, не более того.

В период Эдо была известна расхожая поговорка, что «искреннюю гейшу можно встретить так же редко, как и квадратное яйцо». Такое мнение ничуть не оскорбляло гейш, а было всего лишь напоминанием о том, что гейша, в первую очередь, является актрисой.

Состоятельные японцы имели возможность позволить себе более чем одну жену. И в условиях четкого иерархического общества отношения между замужними женщинами подчинялись строгому ранжированию, в котором позиция первой жены была непререкаемой. Брак в японском обществе, особенно среди знаменитых и состоятельных людей, заключался с учетом социального статуса партнеров и был нацелен на укрепление позиций семьи в политической иерархии. Это значило, что брак в Японии являлся политической категорией.

Духовные потребности, связанные с утонченными романтическими отношениями, всегда лежали за пределами института брака. Однако так же, как и многие другие отношения

внутри японского социума, они были наполнены игровыми моментами и лишены естественности. Представляется, что это определялось особенностями японской личности, которая традиционно не испытывала большой уверенности в себе, и ей было проще прятаться за маской. Поэтому отношения между мужчиной и женщиной при дворе также носили игровой характер, хотя они никогда не превращались в низменный и пошлый спектакль. Эмоции, которые сопровождали эти отношения, чаще всего выливались в страницы меланхолического дневника, заполняемые придворными дамами, чьи литературные таланты были вне конкуренции и критики.

С определенными оговорками можно сказать, что придворные дамы вели достаточно аморальный образ жизни, несмотря на свое высокое и благородное происхождение. Дамы не имели возможности открыто контактировать со своими поклонниками, и для этого они прибегали к поэтической эпистолярной переписке, поручая свои послания посредникам, которые курсировали между любовниками. Даже если влюбленные находились в одной комнате, им приходилось общаться через ширму, как того требовал этикет. Все тайные свидания проходили ночью, в условиях кромешной темноты, что практически лишало возможности увидеть лицо друг друга. В знаменитом произведении придворной дамы Мурасаки Сикибу «Повесть о Гэндзи» повествуется о принце, который от скуки покоряет всех встречающихся ему на пути женщин, особо не обременяя себя требовательностью. Правда, при этом он брал на себя заботы о каждой из них. Все отношения строились в рамках придворного этикета и благопристойности, дабы не нанести оскорбления окружающим.

Японское общество в период Эдо было четко разбито на четыре класса: самураи, крестьяне, ремесленники и торговцы, но придворная знать находилась над этими классами. В то же время такие общественные слои, как актеры и подоб-

ные им группы людей, также были выведены за границы этих сословных категорий, но как изгои общества. Мобильность между классами была крайне затруднена, поэтому каждый житель страны испытывал реальные ограничения в своей социальной маневренности, и фактически только «кварталы удовольствия» с их публичными домами и театром для широкой публики создавали иллюзию мира без строгих рамок и запретов.

Увеселительные заведения должны были иметь правительственное разрешение-лицензию, тем не менее власти не могли контролировать каждую улицу Эдо, таким образом, там допускалась некоторая свобода повседневной жизни. Государство также осуществляло жесткий контроль за творческой деятельностью актеров из театральных трупп, которые исполняли роли самураев и придворных дам и имитировали придворную жизнь. Одевались актеры в яркие и пышные наряды, которые сразу же бросались в глаза на улицах столицы. Их облик резко контрастировал с обликом обычных горожан, многие из которых, как раз наоборот, были одеты в неброские, серые наряды. По сути, власти тщательно следили за тем, чтобы поведение артистов не разрушало главное табу, существовавшее на том историческом этапе, — не повторять действий правящей верхушки и не приближаться к ней. Актеры же позволяли себе, не имея знатного происхождения и будучи выведенными за рамки классового деления общества, подражать и копировать поведение представителей правящего класса. В этом смысле «квартал развлечений» в столице Эдо был своего рода клапаном для «выпуска пара» оппозиционных настроений в обществе, т. е. той сценой, на которой артисты могли исполнять роли, запрещенные им в реальной жизни, и что можно было рассматривать как вызов властям.

Гейши, игравшие роли придворных дам в спектаклях, в основном были выходцами из деревень, о чем свидетельствовал темный цвет их кожи, возникший в результате долгого нахо-

ждения под солнцем на рисовых полях. Следует отметить, что по цвету кожи японки можно было определить аристократичность ее происхождения, так как исторически белый цвет кожи был признаком принадлежности человека к высшим слоям общества. Придворные дамы всегда имели белые лица, что свидетельствовало о том, что они проводили все свое время вдали от солнца, будучи погруженными в светскую жизнь. В то же время японские крестьянки, вынужденные заниматься домашним хозяйством и подолгу находиться на солнце, не могли оберегать себя от солнечных лучей, и это сразу выдавало их низкое происхождение.

И в наши дни наличие белой кожи является признаком аристократичности, породистости. На это работает целая индустрия, которая производит зонты от солнца, специальную косметику, выпускает специальные отбеливающие крема, шьет специальные перчатки из хлопка, которые покрывают всю поверхность кожи от ладони до плеча, чтобы полностью изолировать руку от попадания на нее солнечных лучей.

В феодальной Японии многие крестьянские девушки, поступающие на работу в публичные дома, отбеливали свою кожу, а также пытались избавиться от своего деревенского диалекта, перенимая вежливые обороты японского языка, наполненного напыщенными фразами и замысловатыми глагольными окончаниями. Однако умение выражаться вежливо было важно не только для гейш из «чайных домиков», но также и для посетителей, чтобы не быть осмеянными окружающими и не потерять лицо.

Справочники по публичным домам периода Эдо создавались с одной-единственной целью — сориентировать мужское население крупных городов в запутанных правилах поведения в «чайных домиках» и тех видах услуг, которые они могли бы там получить. Со временем подобного рода путеводители постепенно превращались в разновидность литературных произведений, однако и тогда им удавалось сохранять

свою дидактическую функцию. Авторами этих работ, которые были особенно популярны среди горожан в XVIII столетии, чаще всего выступали представители самурайского сословия, близко знакомые с жизнью публичных домов. Идеалом того времени был молодой человек, достаточно находчивый, чтобы с легкостью выходить из трудных положений, и вместе с тем хорошо разбирающийся во всех тонкостях этикета «чайных домиков», что позволяло ему пользоваться расположением проживавших в них гейш.

Японское общество, которое традиционно было выстроено по четкой иерархической вертикали, требовало различного рода дидактических пособий для просвещения населения, дабы избавить людей от ненужных ошибок. Какую бы область жизни феодального общества мы ни взяли, японцев повсюду сопровождали различного рода ознакомительные путеводители, выполняющие роль «помощников». Не является исключением в этом отношении и современная Япония с ее изобилием книг-бестселлеров о ночной жизни японских городов, ночных клубах, барах, кабаре. Такого рода пособия среди прочих рекомендаций дают советы, как поддерживать разговор с хостес в баре, чтобы произвести благоприятное впечатление информированного современного человека.

Рассмотрим ситуацию, когда к посетителю современного ночного клуба направляется хостес с целью начать с ним общение и помочь ему расслабиться. Молодой человек должен быстро найти тему для беседы, и чаще всего многие сразу же пытаются сделать девушке комплимент, сказать, например, что она очень похожа на популярную певицу, актрису или какую-нибудь известную личность. Однако, как правило, у гейши такой подход вызывает раздражение, поскольку свидетельствует о примитивном уровне мышления данного молодого человека. Авторы пособий рекомендуют ему проявить креативность и использовать свои познания в области творчества того известного человека, с которым он пытается

ся сравнить гейшу. Но при этом советуют делать это не сразу, а только после того как будет продемонстрирована общая эрудиция посетителя. Этот прием срабатывает, как утверждает справочник, безотказно.

Молодые японские повесы (мажоры), как в былые времена, так и ныне, всегда стараются вести себя с аристократической небрежностью, создавая образ человека, разбирающегося во всех деталях ночной жизни Японии. С одной стороны, они четко придерживаются формальных норм этикета посещения таких заведений, однако, с другой — делают это с легким налетом безразличия, чтобы ни в коей мере не демонстрировать свое усердие и не раскрыть себя. Эту манеру поведения японцы рассматривают как особый признак «стиля» и «шика», что, впрочем, приходит лишь с опытом. Такой образ молодого щеголя всегда поддерживается соответствующим гардеробом, манерой одеваться, когда создается впечатление небрежности, но очень продуманной и изящной.

Начиная с периода Эдо гейши и актеры были законодателями в области моды, пионерами распространения самых модных тенденций в Японии, и их иногда считали «суперзвездами». Однако при этом даже самые успешные и известные актеры, добиваясь богатства и признания в обществе, получая возможность контактов с сильными мира сего, все равно не могли изменить свой социальный статус — они неизбежно оставались изгоями в иерархии японского социума.

Уместно вспомнить трагическую историю жизни известного актера театра «Кабуки» Икусимы Сингоро, который был знаменит своим умением воплощать на сцене романтические образы. По свидетельствам современников, Сингоро был неподражаем в любовных сценах. В жизни же этому человеку довелось оказаться замешанным в очень громком любовном скандале, который закончился для его участни-

ков суровой прозой жизни. Инцидент был напрямую связан с театром «Кабуки», история которого насчитывала более 400 лет и который всегда считался излюбленным местом развлечения горожан, но из-за событий, произошедших в 1714 году, известных как «инцидент Эдзимы — Икусимы», существование театра «Кабуки» оказалось под угрозой.

А история эта такова. Госпожа Эдзима была высокопоставленной фрейлиной в замке сёгуна в Эдо. По поручению матери пятилетнего правящего сёгуна Иэцугу (1709–1716), у которой она служила, Эдзима совершала паломничество в храмы, и на обратном пути в Эдо посетила представление в театре «Кабуки» под названием «Ямамура-дза». Спектакль ей понравился и после представления она пригласила ведущего актера Икусиму Сингоро и всю труппу в «чайный домик» на ужин. Тогда между Эдзимой и Икусимой вспыхнула любовь и возникли близкие отношения. Она стала использовать любую возможность покинуть пределы замка ради свидания со своим возлюбленным. Однажды застолье в «чайном домике» затянулось, время свидания пролетело незаметно. Эдзима опоздала к моменту, когда закрывались ворота в замке Эдо. В Японии с давних времен существовал принцип *монгэн* — нечто подобное «комендантскому часу», когда в четко определенное время закрывались ворота в замок, храм и прочие места и человек уже не мог попасть вовнутрь. Кстати, и в современной Японии все еще существует немало точек, где принцип *монгэн* продолжает действовать, — это студенческие общежития, гостиницы, хостелы и т. д.

Эдзима, увлекшись встречей со звездой «Кабуки» Икусимой, опоздала в замок, и об этом было доложено сёгуну. Ее аморальным проступком не преминули воспользоваться враги сёгуна в борьбе за власть. В общей сложности наказанию тогда подверглось более тысячи человек, и последствия инцидента не ограничились только театром «Кабуки». На-

казание виновных распространилось на широкий круг приближенных к сёгуну лиц, некоторые были казнены за ослушивание. Сама фрейлина Эдзима была сослана в княжество Такато в провинции Синано (современная префектура Нагано) на острове Хонсю, а ее любовник актер Икусима — на вулканический остров Миякэдзима в Тихом океане, входящий в состав группы островов Идзу в префектуре Токио. Театр был расформирован как структура, нарушившая установленные нормы морали. Такова была кара сёгуна за попытку нарушить существовавшие устои.

Аналогичные истории, повторяющиеся время от времени, ложились в основу многочисленных драм театра «Кабуки». Эти серьезные проблемы японской повседневности в период Эдо нашли свое отражение в произведениях выдающихся японских писателей Ихары Сайкаку и Тикамацу Мондзаймоны. А посещение спектаклей театра «Кабуки» было своего рода «глотком свежего воздуха» для многих японцев в период закрытия страны от связей с внешним миром.

К моменту «открытия Японии» в середине XIX века театр постепенно стал меняться и приобретал черты, присущие современному театру. Отказавшись от вульгарности, непристойности и манерности, отражающих жизнь гейш Средневековья, театр «Кабуки» стал хранителем традиций, а к началу Второй мировой войны его коллектив пошел еще дальше — театр стал активно пропагандировать милитаристский патриотизм.

Эпоха Эдо с ее гейшами и женщинами легкого поведения из кварталов развлечений крупных городов покинула историческую сцену Японии в середине XIX века, и на смену ей пришло время эпохи Мэйзиди с новыми идеями и новым, более достойным положением женщин в обществе. Власти были заинтересованы в том, чтобы придать Японии больше респектабельности в глазах Запада, и японцы трудились на этом поприще, не покладая рук. В общественное сознание

активно внедрялась идея неделимости интересов рядовых японцев и государства.

В Японии идентичность каждого отдельно взятого японца определяется окружающим его социумом, и он ответственен за все, что делает, исключительно перед ним. При этом важным является то, что человек в японском обществе не может существовать вне тесных связей с самим социумом, так как в противном случае он будет противопоставлять себя коллективу и может столкнуться с серьезными психологическими проблемами несовместимости и даже быть отторгнутым из своей среды, став изгоем. Нередко вызов обществу в Японии бросают интеллектуалы, в первую очередь писатели, существующие в созданном ими самими мире, что, впрочем, нередко заканчивается их самоубийством.

31 марта 1958 года впервые в истории Японии парламент одобрил закон, официально запрещающий занятия проституцией. Более 55 тысяч официально зарегистрированных проституток, не считая тех, кто занимался этим нелегально, в одночасье оказались безработными. Однако самой удивительной в этой истории была реакция на принятие этого закона со стороны самих пострадавших — в ночь на 31 марта, т.е. накануне вступления в силу данного закона, в Токио собралась огромная толпа проституток и их клиентов, которые исполнили песню «Старое доброе время» (*Auld Lang Syne*). Это шотландская песня на стихи Роберта Бёрнса, переведенная на русский язык Самуилом Маршаком под названием «Старая дружба». Особую популярность песня получила в Японии, став символом грустных и деликатных ситуаций, связанных с расставанием.

Разумеется, само по себе принятие закона, запрещающего занятие проституцией, не означало, что в Японии с ней было покончено раз и навсегда. Более того, в действительности все продолжалось, как и прежде. Правда, в 1964 году,

перед началом Олимпийских игр, токийские улицы были «очищены» от проституток, чтобы произвести приятное впечатление на гостей, приехавших на игры. Но можно сказать, что иностранные гости сами были не прочь познакомиться со знаменитыми японскими гейшами «во всей полноте», без «купюр».

Закон о проституции 1958 года не изменил реального положения дел в этой области, так как японские мужчины с его принятием не стали иначе относиться к вопросам секса или менять свое отношение к женщинам, предоставлявшим сексуальные услуги. По сути, современные хостес, которые являются важной составной частью традиционной культуры секса в Японии, работая в барах или ночных клубах, выполняют те же самые функции, что и гейши эпохи Эдо. Наиболее «эксклюзивные женщины», предоставляя свои интимные услуги, берут за это с клиентов большие деньги. Чаще всего такие женщины представляют шоу-бизнес или артисток театра.

Но для всех — начиная от массажистки в салонах красоты и заканчивая наиболее роскошными гейшами — самым важным является умение ублажить мужчину, помочь ему сбросить напряжение, забыть о проблемах на работе, удовлетворить его физиологические потребности, исполнить его прихоти и возвысить его в собственных глазах, продемонстрировав его социальную значимость.

Японские мужчины различают гейш и проституток, с которыми можно встречаться и поддерживать отношения на протяжении длительного времени, и тех, с которыми можно иметь лишь одноразовые встречи. Начиная с 1980-х годов состоятельные японские мужчины почувствовали вкус к участию в специальных секс-турах в Бангкок, Тайпэй и Манилу, организуемых туристическими агентствами.

Да и в самой Японии сегодня есть немало проституток, которые оказывают разовые услуги, и поэтому японским

мужчинам нет надобности ездить в другие страны. Например, в Токио в различных местах разбросана сеть массажных салонов, «турецких бань», которые сокращенно называются *торуко*. Следуя старинным традициям культуры секса, эти места совмещают функции бань и публичных домов, и работают в этих заведениях молодые японки-*торукодзё*.

Разумеется, трудно назвать романтическими подобного рода места, где молодые люди в темных костюмах громко приглашают клиентов, заметно отличаясь от жеманных девишечек-зазывал прошлого, которые, услужливо похлопывая клиентов по плечу, звали их провести время в своем обществе. Что касается прайс-листа оказываемых интимных услуг, то «полный курс» продолжительностью в 90 минут обходится японскому мужчине в 200 долларов и включает купание, мыльный массаж, серию «мыльной сексуальной акробатики», которую получает расслабленный клиент. Девушки-банщицы самозабвенно и с большим знанием дела выполняют свою работу, всякий раз заканчивая сеанс поклоном в знак благодарности и протягивая своему клиенту визитную карточку, приглашая его таким образом на следующее свидание.

Любопытно, на наш взгляд, отметить, что существует немало общего в работе старинных «чайных домиков» и современных салонов, оказывающих разного рода сексуальные услуги. Во-первых, они в основном расположены в тех же лицензированных для проституции районах, что и старинные «чайные домики». Более того, старинные здания были реконструированы под современные нужды, в них были построены ваннные комнаты, туалеты, а некоторые из них продолжают свою деятельность под старыми названиями, которые существовали еще в период Эдо.

Во-вторых, неизменной остается и функция женщин в этом бизнесе, но с той лишь разницей, что проститутки XVII–XVIII веков руководствовались средневековыми фан-

тазиями, а современные черпают свое вдохновение из потребностей сегодняшнего дня. Например, это может быть имитация салона самолета, когда за окнами слышен шум работающих реактивных двигателей, а работницы одеты в форму стюардесс. Есть увеселительные места, напоминающие современные банки, в которых сотрудницы придерживаются соответствующего дресс-кода.

Не забыли архитекторы подобных современных заведений и об имитации борделей под здания школ, где все девушки облачены в школьную или спортивную форму. Есть публичные дома, построенные в виде медицинских учреждений, клиентов в которых обслуживают девушки в форме медицинских сестер. Некоторые публичные дома напоминают китайские павильоны или американские диско-бары. Фантазия устроителей публичных домов доходит даже до того, что их владельцы устраивают конкурсы между сотрудницами различных заведений для определения «лучших» в профессии.

Ежегодно для детального ознакомления посетителей увеселительных заведений со всеми деталями предоставляемых услуг, ценами и тарифами на них в Японии издается специальный путеводитель, в котором собрана детальная информация по всем значным местам с комментариями профессиональных тюркологов, специализирующихся по проблемам турецких бань, где приводятся данные различных экспертиз и медицинских анализов обслуживающего персонала. Популярные журналы помещают еженедельные репортажи о новинках и интересных событиях, проводимых в турецких банях.

Современные *торуко* в Японии предоставляют самые разнообразные сексуальные услуги, удовлетворяющие любые фантазии взрослых японцев. Среди них есть немало и таких, кто желал бы перенестись обратно в младенчество. Для них организаторы бизнеса готовят специальные «детские» пам-

персы соответствующего размера, им выдают стилизованные молочные бутылочки и помогают плачем вызывать к себе «мамочку». Она приходит, «омывает» своего великовозрастного ребенка, меняет ему памперсы, кудахчет над ним и ласкает его, как будто он совсем еще малыш.

Среди заведений сексуальной культуры в Японии в последние годы появилась разновидность кафе *нопан кисса*, в которых официантки не носят нижнего белья. Это название происходит от английского *no pants*, что в переводе означает «без нижнего белья», и японского *киссатэн* — кафе. Идея создания такого рода заведений возникла в Осаке летом 1980 года, став весьма популярной: буквально через несколько месяцев во многих городах страны появились аналогичные заведения в самых престижных районах и торговых центрах. Снаружи эти кафе обвешаны постерами, информирующими о их «специализации», и фотографиями официанток. Посетителям предлагается посетить, например, кафе со «стюардессами без нижнего белья» или просмотреть порнофильм и выпить чашечку кофе.

У входа в такие кафе посетителей активно зазывает через громкоговоритель молодой японец, а внутри гостей встречают две миловидные девушки в экстремально коротких юбках, которые являются замечательной рекламой заведения. На стенах развешаны изображения различных предметов нижнего белья и предостережения о том, что трогать руками официанток запрещено. Чашечка кофе в подобном заведении может обойтись посетителю в 7 долларов. Со стороны это выглядит как детская забава, но такие кафе всегда заполнены до отказа гостями, пришедшими выпить кофе, но при этом подсматривать за официантками без нижнего белья.

Подведем итог. В Японии секс-индустрия и проституция — явления разного порядка. Официальная проституция в Японии запрещена законом. Однако, благодаря тонкостям японского законодательства, проституцией считается только

возмездный половой акт между мужчиной и женщиной. Все услуги, которые выпадают из этого определения, свободно предоставляются на рынке. Благодаря этому в Японии сформировалась высокая культура сексуальных услуг, что во многом отличает ее от других стран мира и является одной из самых ярких достопримечательностей. Однако, например, в отличие от Камбоджи или Таиланда, японская секс-индустрия ориентирована на внутреннего потребителя и практически недоступна иностранцам. И дело не только в языковом барьере, хотя, чтобы заказать встречу с гейшей, знание японского необходимо. А в том, что большинство домов, предоставляющих те или иные услуги, принципиально не работают с иностранцами. Иностранцы считаются менее благонадежными клиентами и часто не соблюдают поведенческий этикет, принятый в общении японских девушек с клиентами.

Отличительной чертой японской секс-индустрии является ее максимальная специализация. Здесь можно рассчитывать получить удовольствия, которые в других странах никто не предоставит. Например, заказать «сеанс объятий» с девушкой в *Cuddle Cafe* (в переводе на русский *cuddle* — прижиматься). Там нет никакого секса, просто японка ложится с клиентом в постель, начинает обнимать его и кусать за ушко. В *Кьябакура* (разновидность хостес-бар) можно нанять девушку, которая поддержит разговор и не будет против, если посетитель немного «распустит руки». Никакого продолжения такая встреча не предполагает, и если предложить девушке что-то из «запрещенного репертуара», то клиента тут же выгонят из заведения навсегда. Есть возможность «снять» девушку, чтобы при встрече ругать ее и отчитывать. Трогать ее также запрещено, зато говорить можно сколько угодно, а она при этом будет еще извиняться и раскланиваться или даже заплачет. Многих японских мужчин это очень расслабляет.

Наконец, для тех, у кого есть партнер, существуют «лавотели» (*Love hotel Japan*) — гостиницы с почасовой оплатой

и сумасшедшим дизайном комнат. Можно арендовать, например, комнату, имитирующую вагон метро или салон самолета, школьный коридор или класс, тюремную камеру и даже БДСМ-темницу. Предложений так много и они всегда такие разные, что каждый посетитель может воплотить в жизнь любые свои фантазии.

Самый крупный в Японии «квартал красных фонарей» находится в Токио в Кабукитё в районе Синдзюку. Это огромный квартал многоэтажных зданий, каждый из которых в той или иной форме является борделем. Здесь самая большая концентрация *soapland* — массажных салонов и клубов с хостес в Токио. Любопытно, что без знания японского языка о получении такого удовольствия невозможно даже и помыслить. Чем дороже клуб, тем строже выглядит его фасад и солиднее публика. Так что узнать об истинном назначении того или иного офисного здания можно только по «меню с девушками» и скромной надписи «мужской клуб» при входе.

4.2. Трансвестизм и терпимое отношение японцев к людям с нетрадиционной ориентацией — важная составная часть сексуальной культуры японцев

Трансвестизм, или кроссдрессинг (*cross-dressing*), — традиционная особенность сексуальной культуры Японии, характерным признаком которой является переодевание в одежду, типичную для противоположного пола, т.е. использование женщинами мужской одежды, а мужчинами — женской. По этому принципу построена работа традиционных японских национальных театров «Кабуки», «Но», а также театра «Такарадзука».

Попытаемся проанализировать этот феномен японской культуры на примере театра «Такарадзука». В пригороде Осаки, в тихом курортном местечке Такарадзука, весной 1914 года бывший директор железной дороги Ханкю Кобая-

си Итидзо решил создать «райский уголок на земле» — музыкальный театр, актерами в котором должны были стать молодые и целомудренные (не лишенные девственности) девушки.

Первое историческое здание будущего театра возникло на месте огромного плавательного бассейна с названием «Парадайз». Согласно существовавшей в Японии традиции каждая компания должна была иметь свой девиз, и поэтому Кобаяси придумал лозунг для своего будущего театра, основанный на трех принципах работы творческого коллектива: «Целомудрие. Праведность. Красота». Начиная с момента основания театра и вплоть до настоящего времени он остается верным своему изначальному девизу — в театр набирают только целомудренных девушек, и об этом знают все будущие актрисы труппы.

Жизнь девушек в театре «Такарадзука» подчинена строгим аскетическим нормам, сродни монашеской жизни, руководство театра старается максимально отдалить их от превратностей и сложностей окружающей действительности за пределами стен театра. Участниц труппы принято называть «студентками», но никак не «актрисами», «танцовщицами» или, не дай бог, «девочками из шоу-бизнеса». Одно это проводит определенную грань между участницами труппы театра и всем остальным миром.

Зачисление «студенток» в труппу происходит в возрасте 14 лет, после строгого отбора и экзамена. Молодых девушек поселяют в «Фиолетовое общежитие» и заставляют соблюдать строгий режим дня, который категорически запрещает любое общение с представителями мужского пола. Расписание занятий составляется таким образом, чтобы научить будущих актрис основам японского этикета, икебаны, чайной церемонии, пению и танцам. Если у девушки возникает желание вступить в брак, она, разумеется, имеет на это право, но при этом автоматически лишается права продолжать свое

обучение в «Такарадзука», так как она нарушила один из трех основополагающих принципов организации театра, а именно — принцип целомудрия. Все участницы труппы должны быть целомудренными, даже 70-летняя звезда «Такарадзука», которая продолжает выступать на сцене, сохранила свое право на карьеру именно по причине того, что она предпочла сцену своей личной жизни и осталась целомудренной.

При первом посещении театра «Такарадзука» зритель поражается обилию розового цвета, который присутствует практически везде. Для того чтобы попасть в театр, нужно пересечь розовый мост, затем войти в розовый театр, оказаться в розовом фойе. Гримерки сделаны в розовом цвете, посуда в ресторане также розовая, а многие девушки одеты в розовые наряды! Архитектура театра напоминает павильоны токийского Диснейленда.

С момента своего создания театр «Такарадзука» ни останавливал свою работу ни на один день — он давал спектакли для зрителей даже в годы Второй мировой войны. Разница заключалась лишь в содержании спектаклей: вместо привычных романтических музыкальных постановок на сцене ставили патриотические пьесы, которые должны были вдохновлять японских солдат на подвиги ради своей Родины.

Уникальной особенностью театра является то, что в труппе артистов отсутствуют мужчины и все роли, включая и мужские, исполняются девушками. При этом звездами театра являются именно исполнительницы мужских ролей, которые вызывают восторг у публики. Известны случаи, когда поклонницы «Такарадзука» устраивали демонстрации протеста, если их любимая артистка, которая постоянно появлялась только в мужском образе, вдруг начинала играть женские роли.

Одним из примечательных моментов в работе театра «Такарадзука» можно считать репетиции, в процессе которых девушки учатся играть мужские роли. Исполнительницы дол-

жны входить в образ, следуя всем формально предписанным шаблонам. Для достижения полного сходства с образом театрального героя-мужчины девушки вынуждены десятками раз отрабатывать сцены, пока не будет достигнут нужный результат. Более опытные актрисы, работающие наставницами, помогают молодым начинающим артисткам постичь тонкости профессии. Целый ряд поз артисток на сцене, создающих мужские образы, в театре был утвержден еще в 1950-е годы. Эти позы были скопированы с поз секс-символа того периода, американского актера кино и телевидения, кинорежиссера и политического активиста Марлона Брандо, являвшегося долгие годы идиолом японской публики.

Читая подробные инструкции поведения артистов труппы театра «Такарадзука» на сцене, зритель может задать законный вопрос: а что, собственно, за всем этим стоит, почему театр трансвеститов привлекает к себе столь повышенное внимание и как это связано с культурной традицией Японии?

Ответить на все эти вопросы легко, знакомясь с историей развития театра «Такарадзуки». Прежде всего следует отметить, что театр как бы разделен на две части. С одной стороны — члены труппы, которая состоит только из девушек, а с другой стороны — продюсер, директор, хореограф, композитор, постановщик танцев, а все эти должности традиционно занимают мужчины. Задумка создать театр, основная труппа которого будет состоять только из девушек, принадлежала его основателю Кобаяси. Он считал, что с точки зрения морали для девушек безопаснее было выбрать себе в качестве мужского идеала героя-любовника, которого воплощает на сцене женщина, чем какого-нибудь бродягу со странными манерами.

Кроме того, в годы создания театра мужчины в японском обществе имели большее сходство с воинственными самураями, чем с нежными и романтическими героями, похожими на Ромео Монтеки, главного героя трагедии Уильяма Шекспира «Ромео и Джульетта», имя которого стало нари-

цательным для влюбленных юношей, испытавших в жизни трагедию несчастной любви. Другими словами, японцы считали, что никто не может так изящно и красиво сыграть мужскую роль, как женщина. Точно так же и женский образ может аутентично, искусно, элегантно и благородно передать только мужчина-исполнитель. Именно эти соображения привели Кобаяси к идее формирования исключительно женской труппы.

Истоки идеи, когда все женские роли исполняются исключительно мужчинами, скрыты в самом сердце японской аутентичной сексуальной культуры, основанной на принципе персонификации или обезличивания образа. Традиция театрального трансвестизма, связанного с поведенческими особенностями актеров, характерным признаком которых является надевание или ношение одежды противоположного пола, в Японии имеет довольно долгую историю и связана также с религиозными особенностями. Начиная с мифа о божественном происхождении самой Японии и главной богини солнца Аматэрасу, которая переодевалась в мужское облачение при встрече со своим свердловным братом Сусано, фактор смены одежды на платье противоположного пола становится частью религиозных праздников и фестивалей и частью сакрального ритуала у японцев. Танцовщицы при храме, которые чаще всего были гейшами, нередко наряжались в мужские одеяния, точно так же как в период Эдо мужчины, овладев всеми тонкостями сложного искусства, переодевались гейшами. Уровень их подготовки был настолько высок, что люди даже и не замечали, что перед ними мужчина.

Буддизм, который наряду с синтоизмом исповедуют японцы, также неоднозначно трактует различие между полами, проявляя гендерную нейтральность. Буддийские монахи, например, дабы доказать свою толерантность, сбрасывают волосы на голове, чтобы не отличаться от монахинь с аналогичной

прической, формируя как бы «третий пол», отличающийся от мужского и женского. Известно, что бог милосердия Каннон, изначально появившийся в Индии, со временем сменил свой пол и по мере продвижения на восток достиг Японии, где стал богиней милосердия, обладающей способностью перевоплощения. Кстати, известная японская компания *Canon* названа именно в честь этой богини.

Театр «Кабуки» также ассоциируется у японцев с определенным смешением полов у актеров, что имело место с самого начала его образования в 1603 году. Изначально в труппу театра допускались как мужчины, так и женщины, в спектаклях могли появляться женщины в мужской одежде, с мужскими прическами на голове, с мечом на поясе, что вызывало неоднозначную реакцию зрителей. И только в 1629 году с принятием властями сёгуната закона, запрещающего принимать женщин в труппу «Кабуки», наметился определенный порядок в этом деле. Невольно он положил начало искусству перевоплощения мужчин в женщин, которое в дальнейшем стало именоваться *оннагата*.

Техника *оннагата* в «Кабуки» не ставила перед собой задачу пародировать образ женщины, который часто появлялся на гравюрах периода Эдо. Актеры *оннагата* просто научились изображать идеализированный женский образ именно по той причине, что они были мужчинами. Для актера-трансвестита важно было играть роль естественно, без особых усилий, чтобы это было максимально достоверно для окружающих. Если зритель чувствовал наличие особых усилий со стороны актера при создании образа, то это означало, что тот не справился со своей задачей.

Именно потребность естественным образом перевоплощаться заставляла актеров *оннагата* быть «женщинами» не только на сцене, но и в повседневной жизни, дабы все их движения были филигранно выверены и могли быть так же правдивы, как у настоящей женщины.

Одна из причин того, что в «Кабуки» окончательно закрепились принципы исполнения женских ролей мужчинами, заключалась и в том, что в понимании японцев актриса, играющая на сцене, не может в полном объеме передать всю женскую красоту, так как она будет опираться только на свои женские физические данные, тогда как женский образ в мужском исполнении является синтезированным идеалом двух начал — мужского и женского, что несопоставимо с женской игрой по накалу страстей. Японцы видят и высоко оценивают двойную красоту в мужской игре: от игры самого актера и от того, кого он представляет. Молодые актеры погружаются в изучение женского начала, особенностей поведения, которое для них совершенно чуждо по природе, затем они «пропускают» все это через себя и делают частью своей сути. Конечный результат превосходит все ожидания.

Возраст актера *оннагата* практически не имеет никакого значения, он может и в 60–70 лет играть молодую женщину, так как блестяще владеет техникой перевоплощения и исполнения женских ролей, воссоздавая иллюзию женской красоты, а грим легко скрывает возраст актера. Разумеется, это разновидность искусственной красоты, но это именно то, что у японцев соответствует понятию «синтезированного идеала» и дорого ценится.

Во второй половине XIX века с окончанием периода самоизоляции Японии и началом активного заимствования западных ценностей в театре «Кабуки» предпринимались попытки вернуть женщину на сцену, чтобы предоставить ей возможность играть женские роли. Однако эта идея оказалась нежизнеспособной: женщины играли себя слишком натурально, им не доставало мастерства перевоплощения. При этом важно отметить, что никогда в Японии мужчина в женском облике не превращался в карикатурный образ, в отличие от Запада, где образ женщины в мужском исполнении всегда выглядел несколько гротескным и комедийным (как, напри-

мер, в известной американской эксцентричной комедии режиссера Билли Уайлдера «В джазе только девушки», вышедшей в прокат в 1959 году, с участием Тони Кёртиса и Джека Леммона в главных ролях).

Восприятие и отношение к красоте в Японии и в других странах сильно различаются. В качестве примера можно назвать Миву Акихиро, популярного японского певца, трансвестита, композитора, актера и писателя, который в обыденной жизни изображает женщину. Он рано начал свою певческую карьеру, исполняя французский шансон. Вначале это были выступления в ночных клубах, позднее к нему пришла широкая известность. В настоящее время он владеет ночным клубом в Токио, где продолжает выступать на радость своим поклонникам. И если японские слушатели, которые с нетерпением ждут его появления на сцене, выражают восторг и умиление по поводу его творчества, то для европейцев артист такого рода ассоциируется с высшим проявлением *кэмна*, отображающего социальный и культурный стиль, часто связываемый с гей-субкультурой. (Слово *camp* имеет французские корни и переводится как «принимать позу чрезвычайной манерности» или «театральный женоподобный или гомосексуальный вид».)

То, что японцы считают «красивым», европеец воспримет с некоторой долей иронии, как неудачную попытку достичь идеала. Европеец именно сквозь призму *кэмна* воспринимает представления в театре «Такарадзука» или «Кабуки». Однако, как уже говорилось, японцы смотрят на это другими глазами, так как не считают, что идеал непременно должен быть связан с реальностью. Они просто получают удовольствие от красивого, с их точки зрения, искусства.

В традициях сексуальной культуры Японии принято считать, что привлекательность мужчины в глазах японок возрастает пропорционально степени неопределенности его поведенческих манер. Иногда настоящий японский мужчина

в жизни выглядит в глазах японских женщин скорее несколько нелепым, чем привлекательным. И согласно распространенному мнению японка отдаст свои предпочтения изящным женоподобным актерам и певцам, а не сильным, мускулистым культуристам типа Арнольда Шварценеггера.

Сегодня на экранах японских телевизионных шоу активно демонстрируют себя трансвеститы-телезвезды, например Мацуко Делюкс — популярнейший трансвестит и ведущий известного телешоу, который также принимает участие в качестве гостя в различных телепередачах и снимается в рекламе. В 2016 году он был признан самым «мощным» талантом нации. На японском телевидении пользуются популярностью и другие транссексуалы, такие как Харуна Аи, транссексуалка, которая из мужчины перевоплотилась в женщину. В 2009 году ей была присвоена премия «Мисс Международная королева».

В Японии детей приучают играть роль, соответствующую своему полу. Мальчиков знакомят с функциями, которые им надлежит выполнять в будущем, а девочек ориентируют на те роли, которые предназначены им судьбой. Но все это им надлежит осваивать не сразу, а чуть позже, когда они подрастут, а в начале их ждет безмятежная, спокойная, комфортная жизнь «под маминым крылом», когда они могут понежиться и ни о чем серьезном не думать. В этом материнском мире для ребенка нет различий между добром и злом, мужчиной и женщиной. А если к этому добавить особую атмосферу, которую родители создают своим детям в Японии до 5–6 лет, где к ним относятся, как к маленьким божествам, то становится понятно, почему им не хочется покидать это теплое и уютное место и начинать взрослеть.

Сексуальная неопределенность и размытость, которая преобладает в театре «Такарадзука» и прослеживается красной нитью в произведениях *манга*, является отражением

ситуации, когда дети не хотят взрослеть, не хотят покидать чистый и комфортный материнский мир и переходить в мир, полный грязи, проблем, неожиданных предательств.

Иногда может возникнуть ошибочное представление, что если японской девочке не хочется следовать в жизни своей женской доле, то это значит, что ей хочется «перейти» в мужской пол, так как мальчикам «легче жить на земле». Однако такая точка зрения не отражает истинного положения вещей — японка не хочет оставаться девушкой не потому, что ей нравится быть мужчиной, а потому, что она не хочет принадлежать ни к одному из полов со всем набором проблем, которые присущи как женщинам, так и мужчинам. Молодые девушки мечтают уйти от всех сексуальных, эмоциональных и жизненных трудностей, уйти от реальности в создаваемые ими воздушные замки и мир фантазий.

Молодежь в Японии чувствует себя весьма неуютно в современном мире, полном коррупции, лжи, стремлений к материальной обеспеченности. Поэтому в знак протеста молодые японцы не хотят взрослеть и становиться такими же, как и окружающие их люди. Разумеется, «синдром Питера Пэна» (синдром получил свое название от имени героя книги Дж. М. Барри, который убежал из реального мира в страну Неверленд, где он мог вечно оставаться маленьким мальчиком и не взрослеть) можно наблюдать не только в Японии, но и в других странах мира. Никто не хочет покидать детство, где тебя все любят и заботятся о тебе, и переходить во взрослый мир, полный противоречий.

Пессимизм японцев входит составной частью в их сексуальную культуру, имея при этом глубокие корни. В странах западной цивилизации общество устроено таким образом, что люди сами выбирают свою судьбу и на протяжении всей своей жизни пытаются на нее влиять. Европейцы более толерантно относятся к тому, что по каким-либо признакам выделяет их среди остальных. Японцы же подобную ситуа-

цию воспринимают критично и всегда стремятся «забить гвоздь, который торчит над поверхностью доски, отличаясь от остальных». Японское общество требует от своих сограждан четкого следования установленным нормам поведения, у японцев не принято выделяться, они этого просто опасаются и поэтому стараются быть похожими на других людей.

Человек в японском обществе должен вести себя так, как от него этого ждут окружающие, не разочаровывая их ожиданий. В результате такой внутренней установки формируется молодежь, которая страстно желает оставаться вечно «целомудренными детьми» и не взрослеть, как и девушки из театра «Такарадзука». Другими словами, образуется большая масса людей, стремящихся избегать реальности и существовать в воображаемом иллюзорном мире. В женских комиксах-манга создан даже особый персонаж, именуемый в Японии *бисёнэн*, что в переводе с японского языка означает «женоподобный, эстетически красивый юноша».

Многие японские девушки и молодые люди приходят к пониманию, что их жизнь будет проходить под сильным давлением внешних обстоятельств. И выход из создавшегося трудного для них психологического положения они находят в своих гомосексуальных фантазиях, уводящих их от реальной жизни и от романтических идеалов юности.

В японских комиксах-манга тема чувственной любви между юношами представлена в таком эстетическом жанре, как BL (*Boys' Love*). Популяризация в Японии культурной политики *Cool Japan* вывела это направление по известности на первое место не только внутри страны, но и за ее пределами. Кроме того, в отличие от многих других государств, в Японии никогда не было жесткого религиозного запрета на гомосексуализм, а геи не становились объектами агрессии и преследования ни в обществе, ни на законодательном уровне.

Гомосексуализм в Японии имеет гораздо более долгую историю, чем история театра «Такарадзука» или появление

комиксов-*манга* для девушек. На протяжении нескольких столетий к этому явлению в Японии относились не только терпимо, но даже поощряли как наиболее чистую форму проявления человеческой любви. Более того, гомосексуализм рассматривали как часть воинской традиции: романтические отношения между мужчинами и юношами в среде самураев и буддийских монахов были вполне обычным явлением в феодальной Японии начиная со Средних веков и вплоть до Нового времени. Наиболее известными примерами таких романтических союзов в истории Японии считались отношения между сёгуном Асикагой Ёсимицу и Дзэами, основателем театра «Но», а также связь молодого самурая Мори Ранмару и одного из объединителей Японии, военачальника Оды Нобунаги.

В Японии было принято считать, что именно любовь между мужчинами помогает стать хорошими воинами. На заре зарождения класса самураев в период Камакура (1185–1333) женщина в японском обществе презиравалась и считалась низким по сравнению с мужчинами созданием. Японка была пригодна только для того, чтобы выносить и родить ребенка-воина. И только мужская любовь была достойна истинного самурая. Начиная с периода Муромати (1336–1600) Япония вступила в период «воюющих провинций», и самураи были крайне востребованы в обществе.

Однако уже в начале периода Эдо (1603–1868), когда Япония стала централизованным государством и наступил период мирного развития, острая потребность в большом количестве воинов отпала, число междоусобных конфликтов резко сократилось и только желание самурая наказать высокомерного крестьянина или торговца могло побудить его вытащить меч из своих ножен. Вместе с тем, несмотря на изменение ситуации, идеалы и традиции самураев продолжали жить в японском обществе и будоражить мужские умы. Как правило, гомосексуальная любовь самураев

всегда держалась в строжайшем секрете до самой их смерти. И поскольку подобная любовь допускалась в обществе, но до определенных пределов, она могла быть только секретной, т.е. эти связи нельзя было афишировать и демонстрировать их окружающим. В случае же «утечки нежелательной информации» самураи иногда могли закончить жизнь самоубийством.

Гомосексуализм в Японии на протяжении всей ее истории являлся частью аутентичной сексуальной культуры нации, так же как поведение гейш или актеров театра «Кабуки», где мужчины играли женские роли. Даже искусство *бонсай*, т.е. выращивание карликовых деревьев, которые подвергаются специальной обработке, препятствующей их росту, являлось также особым символом Японии. И это укладывалось в контекст японской мечты остановить процесс взросления, чтобы сохранить чистоту и целомудрие навечно. В сознании японцев детство и юность прекрасны именно тем, что, с одной стороны, этот период жизни чист и целомудрен, а с другой — слишком короток и мимолетен. Цветение сакуры в Японии, которое продолжается только одну неделю, созвучно с обожествлением красоты и молодости, которые также быстро пролетают. Жизнь молодых японских героев-камикадзе сравнивают с цветением сакуры — они свое целомудрие и чистоту отдали во благо защиты родины, что и стало для них наилучшим концом их юной жизни.

Как известно, в повседневной жизни японцев особое место всегда занимает прием ванны или купание в горячих источниках. Нет ни одного японца, который в конце рабочего дня отказался бы от возможности понежиться и расслабиться в горячей воде. Однако люди с нетрадиционной ориентацией, трансгендеры чаще всего были лишены возможности побаловать себя таким удовольствием. Поэтому в Японии родилась идея создать так называемый «Радужный проект», звучащий по-японски как *фуроэкт* (от японского *ofuro*, что означает

«ванна», и английского *project* — «проект»). Данный проект возник в городе Бэппу — японской «столице горячих источников», расположенном в префектуре Оита на острове Кюсю на юго-западе Японии.

Муниципалитет города Бэппу вместе с инициативной группой жителей, идентифицирующих себя как ЛГБТ-сообщество, задумались над тем, как найти способы сделать одно из наиболее популярных в стране времяпрепровождений более доступным для людей с нестандартной сексуальной ориентацией, учитывая, что традиционно общественные купальни в горячих источниках четко разделены на «мужские» и «женские». 1 мая 2018 года сорок человек, в том числе и представители ЛГБТ-сообщества, собрались на термальном курорте Бэппу, чтобы вместе принять термальную ванну. Это действо транслировалось по телеканалу *TenGoChan* поздно ночью. Вместо общепринятого деления желающих искупаться на мужчин и женщин участники мероприятия предлагали три другие способа определения жаждущих посетить горячий источник:

- по тому, как человек выглядит внешне;
- по тому, как пол человека определен в его официальных документах;
- по тому, с каким полом человек сам себя идентифицирует.

По замыслу проводимого *фуроекта*, в течение дня процедуры купания были организованы в трех формах, указанных выше, что давало возможность участникам мероприятия понять, каково для трансгендеров принимать термальные ванны в Японии, где люди должны традиционно делать выбор между купанием на «мужской» или на «женской» ее стороне. Поэтому цель данного мероприятия состояла в том, чтобы, с одной стороны, привлечь общественное внимание к этой проблеме, а с другой — попытаться обеспечить совместное купание более доступными для всех способами.

В проекте были заложены и другие варианты, например предложить использовать специальные таблички, указывающие на то, что та или иная купальня является «ЛГБТ-дружественной». Именно так в Японии помечаются отдельные учреждения, которые идентифицируют себя как «дружественные к домашним питомцам» или «дружественные к людям, имеющим на своем теле тату». Впрочем, проектом предлагалась и другая идея — нанимать в штат специальных сотрудников термальных курортов из числа членов ЛГБТ-сообщества, которые охраняли бы в бассейне людей с нестандартной ориентацией.

Как заметил один из участников *фуроекта* 1 мая 2018 года в Бэппу, «как мужчина, который при рождении был приписан к женскому полу, когда я принимал ванну на мужской стороне, я видел, что никто не испытывал никакой неловкости. Я сам впервые за 13 лет побывал в общественной купальне. Это принесло мне много радости!»

Японское общество, построенное на гармонии межличностных отношений, старается сохранять толерантность к людям с нетрадиционной ориентацией, а трансвестизм и терпимое отношение к трансгендерам остаются важной частью сексуальной культуры японцев.

ЭПИЛОГ

Япония — уникальная страна, она не перестает удивлять иностранцев своими новыми подходами к решению проблем и предлагать новые достижения и открытия. Японцы умеют находить нестандартные выходы в самых, казалось бы, сложных жизненных ситуациях. Привлекая к себе внимание своей традиционностью, с одной стороны, Япония тут же демонстрирует современные чудеса техники и новейшей технологии — с другой. Японцы всегда стараются делать все возможное, чтобы влюбить в себя любого иностранца.

Авторам хочется надеяться, что краткое знакомство с этой необычной страной и населяющими ее людьми немного открыло читателю секреты их повседневной жизни и помогло узнать многие интересные факты о жизни и поведении японских граждан.

После трудового дня или проведенного вместе с ними времени японцы при прощании не забудут сказать фразу *О-цу-кареэ сама дэсита*, которая не имеет эквивалента ни в русском, ни в английском, ни в других иностранных языках. Ее можно перевести как выражение благодарности человеку или группе людей за время и усилия — будь то тяжелый труд или поддержание хорошего настроения, которые они привнесли в общую атмосферу. Короткая фраза, но сколько в ней человеческой мудрости! И это только маленький пример того, как много полезных навыков можно позаимствовать у этого на-

рода, тем самым облегчив нашу собственную жизнь, обогатив ее мудростью и терпимостью к людям. Ведь импортировать можно не только материальные ценности, но и духовные.

Япония, которая хотя и имеет третью экономику мира, обладает не менее важным нематериальным потенциалом в виде своей уникальной поведенческой культуры, традиционных норм поведения и высокого уровня общественной морали. Именно это, на наш взгляд, и закладывает основы для здоровой и продолжительной жизни японцев, делает ее внутренне богатой, содержательной и счастливой.

Знакомство с особенностями повседневной жизни японцев, о которых шла речь в данной книге, может помочь и нам, россиянам, сделать нашу жизнь чуточку счастливее и радостнее, а главное — для этого не требуется особых усилий или больших финансовых вливаний. Многие национальные особенности поведения японцев способствуют снижению стресса, вырабатывают здоровые привычки, и в известном смысле они бесценны.

Вероятно, и нам стоит задуматься о том, как этой небольшой стране, практически не имеющей никаких полезных ископаемых, которые могли бы облегчить ее существование, удалось достичь за короткий исторический период второй половины XX века столь высоких результатов. Японцы имеют свои секреты выживания, и наша задача состоит в том, чтобы попытаться разгадать их тайну, проникнуть в глубины потенциала их «мягкой» силы, которая порой просто творит чудеса.

Однако нам всегда следует помнить, что «японское чудо» состоит из мелочей и успехи зависят от множества деталей и частных. Упустить их — значит не понять Японии!

**Арешидзе Лиана Георгиевна
Крупянко Михаил Иванович
Крупянко Иван Михайлович**

**НЕСКУЧНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ
ПО ЛАБИРИНТАМ ЯПОНСКОЙ ПОВСЕДНЕВНОСТИ**

Художественное оформление *А. Ю. Никулина*
Ответственный редактор *А. В. Владимирская*
Корректор *А. В. Латунова*
Компьютерная верстка *С. А. Хромцева*

Подписано в печать 31.07.2020.
Формат 60×90 ¹/₁₆. Гарнитура Petersburg.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 23,0.
Тираж 1000 экз. Первый завод 500 экз.
Цена договорная.
Заказ №

Издательство «Международные отношения»
123022, Москва, ул. 1905 года, д. 7, стр. 1
Тел.: 8 (495) 280-05-25; 8 (968) 420-33-35
www.inter-rel.ru
e-mail: info@inter-rel.ru

Отпечатано с оригинал-макета
издательства «Международные отношения»



Насыпные острова, используемые в качестве взлетно-посадочных полос аэропортов

Пластиковый мусор, подготовленный к переработке





Инструкция по сортировке бытового мусора
с графиком его вывоза





Преодоление последствий стихийных бедствий

Японская полиция —
помощник в борьбе
с природной стихией



Организация
восстановительных работ



Торговые автоматы в Японии





Игровые автоматы «Патинко»





Утренняя радиозарядка в парках



Занятиям физкультурой
все возрасты покорны

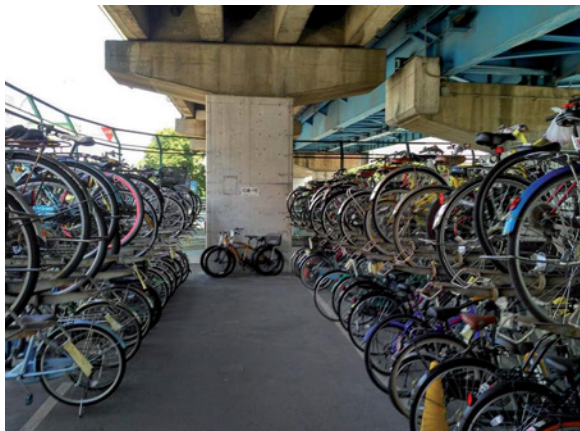




Велосипеды в Японии – одно из основных средств передвижения



Парковки
для велосипедов
в университетском
кампусе



Двухъярусная
велосипедная парковка
под железнодорожным
мостом



Японские школьники завтракают в классе

Пример школьного обеда





Японский кафетерий



Суси-бар



Сет из 11 блюд японской кухни



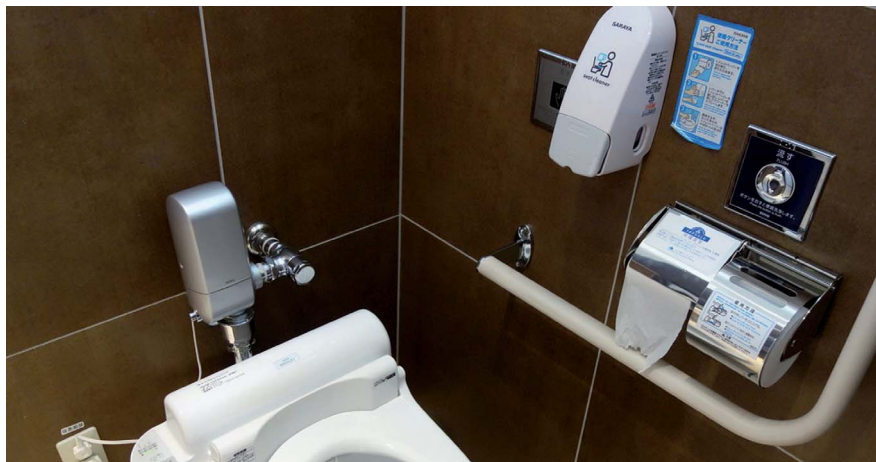
Японские влажные
салфетки *осибори*

Домашние *осибори*





Туалеты на улицах и в парках японских городов
на каждом шагу





Манэки-нэко – коты, зазывающие удачу



Манэки-нэко, сидящая на дарума, означает «Побеждай всегда»



Японские термальные источники *онсэн* под открытым небом

Спа – солевые ванны





Разновидности японских тату
на теле якудза





Актеры театра «Кабуки»





Японские гейши



В своей очередной публикации об особенностях организации жизни в Японии авторы продолжают знакомить российского читателя со своеобразием японского менталитета, поведенческой культурой, различными аспектами истории, традиций и быта японцев, но на сей раз делают это через призму их повседневности. В книге содержится любопытная информация о стиле жизни японцев, об их жилище, о национальных костюмах, праздниках, японских банях и многом другом. Авторы разбирают поведение японцев в семье, дома и на отдыхе, анализируют культуру секса в Японии. Читателю предлагается обратить внимание на бережное отношение японцев к природе, что особенно актуально для многих промышленно развитых стран мира, включая и Россию. Японцы смотрят на привычные нам вещи другими глазами. В какой еще стране можно было бы, к примеру, возвести кота в ранг «государственного министра», да еще и приставить к нему обслуживающий персонал? Такое возможно только в Японии!

Авторы надеются, что читателю будет интересно и полезно познакомиться с обыденной жизненной философией японцев, с тем, как они понимают ее смысл, а также узнать, как им удастся прожить жизнь достойно и счастливо.



國際關係出版

Международные отношения

ISBN 978-5-7133-1665-5



9 785713 316655 >